

# Adbusters i Norge

*Kulturjamming som motstandsrepertoar*

**Alf Petter Tanggaard**



2006, høst

Masteroppgave i sosiologi

Institutt for sosiologi og samfunnsgeografi

Det samfunnsvitenskapelige fakultet

UNIVERSITETET I OSLO

## Sammendrag

I denne oppgaven har jeg sett nærmere på den norske gruppen som kaller seg Adbusters med utgangspunkt i det teoretiske feltet innenfor sosiologien som tar for seg sosiale bevegelser. Oppgaven er en kassustudie av gruppen med særlig fokus på deres bruk av kulturjamming. I arbeidet med å besvare disse to sidene ved Adbusters kom det også til et tredje spørsmål: hvilke sammenhenger finnes det mellom gruppens sentrale kjennetegn, og gruppens manglende mobilisering? Målet med oppgaven er todelt. Både å gi en beskrivelse av gruppen, men også å utvikle en teoretisk referanseramme for å analysere kulturjammingen.

Beskrivelsen av gruppen tar utgangspunkt i hvordan integrasjon av gruppen kan sies å være fundert i en enighet om tre forhold: 1) noen felles saker som kort kan skisseres til å bestå av en kritikk av neoliberalisme, forbrukeradferd og reklame, og problematiseringen av den skjeve tilgangen til offentlige rom. 2) Videre fant vi ut at denne integrasjonen også kan knyttes opp til en felles interesse for kulturjamming, samt 3) de aktives ønske om å arbeide innenfor en alternativ organisasjonsform. Adbustersgruppen har derfor valgt et løst demokratisk og flatt nettverk, hvor den viktigste kommuniseringen skjer gjennom e-postlister.

Disse tre aspektene analyserte vi ved hjelp av teori om rammer, motstandsrepertoar og sosiale bevegelser som en form for organisasjon. Derfra knyttet vi noen sammenhenger mellom funnene og gruppens begrensede mobiliseringsevne. Som nettverk har Adbusters klart å samle lite ressurser som begrenser handlingsmulighetene. Organisasjonsstrukturen gjør også at det er vanskelig å akkumulere erfaring og kompetanse i nettverket da de ulike posisjonene går på rundgang. Når det gjelder deres felles saker fant vi ut at de i liten grad har klart å knytte disse opp til samfunnsgrupper, andre kollektive aktører og sosiale saker som kan skape konsensus om de problemene de ønsker å ta opp. Videre at de i liten grad har knyttet rammene til narrativer, fortellinger og erfaringer som kan sies å være sentrale for norsk kultur.

Bak nysgjerrigheten med å ta for seg Adbusters lå særlig en interesse om å komme opp med noen bedre forståelser omkring kulturjammingen. I arbeidet med å analysere denne praksisen fant jeg for øvrig lite teoretiske perspektiver som var tilfredsstillende for dette arbeidet. Denne oppgaven har derfor, i tillegg til en mer beskrivende interesse, også en mer

---

teoretisk side. Den teoretiske syntesen som denne oppgaven foreslår er å knytte sammen motstandsrepertoarbegrepet opp mot rammeteori og et mer generelt feltperspektiv. Derfor vies rammeteorien og motstandsrepertoarene størst plass i oppgaven. Ved å knytte kulturjammingen opp mot Adbusters egne forståelser av makt, urettferdighet og avmakt, som jeg fant at særlig konsentrerer seg om det mentale og kulturelle, var det mulig å avdekke en handlingslogikk (fornuft) bak kulturjammingen. Derneft ble så denne praksisen knyttet opp til en feltteori, hvor handlingsvalget sees i sammenheng med hvordan de forholder seg til ulike målgrupper (media, mobiliserbare tilhengere og seg selv som mobiliserte), hvor et politisk felt i bred forstand utgjorde et sosialt rom konstituert av historiske kamper mellom ulike aktører. Herfra kunne vi danne et bilde av Adbusters som en delvis avantgardistisk aktør innenfor dette feltet (blant annet) bestående av mer eller mindre legitime aksjonsformer. Dette gav i sin tur en del mulige årsaker til hvorfor også praksisene kan sies å være en sentral delårsak til gruppens manglende mobilisering. En av de sentrale tolkningene vi gjorde ut fra funnene var at de ved å gå nye veier for å forbedre de tilgjengelige motstandsrepertoarene samtidig også utsetter seg for en tosidig legitimeringskamp, hvor de både møter kritikk som ikke bare er rettet mot de sakene de tar opp (som er vanlig for de fleste kollektive aktører som ønsker å sette ord på noe som hegemoniet overser eller er uenige i), men også mot måtene de gjør dette på (her: kulturjamming).

## Forord

Denne masteroppgaven ville aldri blitt til uten inspirasjon og veiledning fra mange hjelpere.

Først er det på sin plass å trekke frem min prosjektseminarleder Arvid Fennefoss som penset meg inn på det teoretiske feltet om sosiale bevegelser. Dette førte i sin tur til at jeg kom i kontakt med det som skulle bli min veileder, Kjell Erling Kjellman. Hans kunnskap innenfor det teoretiske feltet og kompetanse som veileder har vært til stor hjelp, og han fortjener den største takken. Han har hele tiden latt meg på jobbe videre og gå de veiene jeg selv har forsøkt å formulere over lengre tid til tross for at mine ulike utkast og skisser til tider må ha fremstått som i beste fall uklare.

Ellers vil jeg takke min far, Per Tanggaard, som har kommet med oppmuntring og kommentarer.

De intervjuede fortjener også en stor takk for at de tok seg tid og så åpenhertig ønsket å dele av sine mange erfaringer og innsikter. Deres kunnskap om feltet har vært uvurderlig for analysen.

Det føles også riktig å rette en mer generell takk til instituttet for sosiologi og samfunnsgeografi. Etter årelang indoktrinering fra tekster og forelesere har jeg ervervet en sosiologisk habitus som i sin tur har gitt meg muligheten til å lese og tolke samfunnets finurligheter på måter som før dette var ukjent for meg. Ikke minst har det gjort meg i stand til å gi meg i kast med de utfordringene som en masteroppgave i sosiologi gir.

Tilslutt vil jeg takke alle som har støttet meg underveis, både familie og venner. Deres nysgjerrighet og samtidig manglende kunnskap om Adbusters gjorde det til en konstruktiv utfordring å finpusse mine påstander og bedre språket.

# Innhold

<b>SAMMENDRAG .....</b>	<b>2</b>
<b>FORORD .....</b>	<b>4</b>
<b>INNHold .....</b>	<b>5</b>
<b>1. INNLEDNING.....</b>	<b>8</b>
1.1 PROBLEMSTILLINGER .....	9
1.2 HVORDAN OG HVORFOR SKAL VI NÆRME OSS TEMATIKKEN?.....	10
1.3 GANGEN I FREMSTILLINGEN.....	12
<b>2. SOSIOLOGIEN OM SOSIALE BEVEGELSER.....</b>	<b>13</b>
2.1 TEORIER OM SOSIALE BEVEGELSER I USA OG EUROPA.....	13
2.2 EN SYNTSE I TRE BEGREPER? .....	15
2.2.1 Perspektivets begrensninger og fremleggingen av et tilleggsperspektiv .....	18
2.3 DE ANALYTISKE BEGREPENE I DENNE OPPGAVEN .....	20
2.3.1 Rammeteori.....	21
2.3.2 Motstandsrepertoar .....	25
2.3.3 Om sosiale bevegelser som organisasjoner.....	26
2.4 OPPSUMMERING .....	28
<b>3. METODE.....</b>	<b>29</b>
3.1 NOEN INNLEDENDE BETRAKTNINGER OM TOLKNING.....	29
3.2 OM DESIGN, FREMGANGSMÅTE OG EMPIRI.....	35
3.2.1 Det praktiske arbeidet.....	38
3.3 OPPSUMMERING .....	43
<b>4. EN BESKRIVELSE AV ADBUSTERS.....</b>	<b>44</b>
4.1 ADBUSTERS DELT INN I 3 ASPEKTER .....	44
4.2 HVA HAR DE GJORT? .....	45
4.3 ORGANISERING.....	47

---

4.3.1	<i>Om Adbusters posisjon og det organisatoriske aspektet.....</i>	49
4.4	OPPSUMMERING .....	50
<b>5.</b>	<b>ADBUSTERS SOM KOLLEKTIVE HANDLINGSRAMMER .....</b>	<b>51</b>
5.1	DIAGNOSE .....	52
5.1.1	<i>Det generelle/globale nivå: forbrukerkapitalisme og mediesamfunn .....</i>	<i>53</i>
5.1.2	<i>Det lokale/konkrete nivå: reklame, kommersialisering og overvåkning .....</i>	<i>55</i>
5.2	PROGNOSE.....	57
5.2.1	<i>Det generelle nivået: memekamp.....</i>	<i>57</i>
5.2.2	<i>Det konkrete nivået: kulturjam, memer og opplysning .....</i>	<i>58</i>
5.3	ADBUSTERS OG RAMMEFORSTERKNING.....	59
5.3.1	<i>Hvorfor Adbusters en marginal aktør i lys av rammeteorien .....</i>	<i>62</i>
5.4	OPPSUMMERING .....	63
<b>6.</b>	<b>ADBUSTERS: MASTERRAMMER OG NSM.....</b>	<b>65</b>
6.1	MASTERRAMMER .....	65
6.1.1	<i>Antiglobalisering som masterramme .....</i>	<i>65</i>
6.1.2	<i>Motkultur som masterramme .....</i>	<i>70</i>
6.1.3	<i>Økologi som masterramme .....</i>	<i>75</i>
6.2	ET STRUKTURELT OG ANALYTISK PERSPEKTIV .....	76
6.2.1	<i>Meluccis versjon av NSM.....</i>	<i>77</i>
6.2.2	<i>Den analytiske tilnærmingen .....</i>	<i>79</i>
6.3	OPPSUMMERING .....	82
<b>7.</b>	<b>KULTURJAMMING SOM MOTSTANDSREPERTOAR.....</b>	<b>84</b>
7.1	KULTURJAM SOM MOTSTANDSREPERTOAR .....	84
7.2	MOTSTANDSREPERTOAR OG RAMMER .....	86
7.3	DET INTERAKSJONISTISKE PERSPEKTIVET .....	88
7.3.1	<i>Massemedia .....</i>	<i>89</i>
7.3.2	<i>Mobiliserbare tilhengere.....</i>	<i>91</i>

---

7.3.3	<i>De mobiliserte</i> .....	94
7.3.4	<i>Det politiske feltet i bred forstand</i> .....	96
7.4	OPPSUMMERING .....	102
<b>8.</b>	<b>KONKLUSJON</b> .....	<b>105</b>
8.1	BESKRIVELSEN AV ADBUSTERSNETTVERKET .....	105
8.1.1	<i>En sammenfatning av oppgavens struktur</i> .....	105
8.1.2	<i>Adbusters lest som nettverk</i> .....	108
8.1.3	<i>Adbusters i lys av rammer</i> .....	108
8.1.4	<i>Adbusters og kulturjamming som motstandsrepertoar</i> .....	111
8.1.5	<i>Hva har Adbusters klart?</i> .....	113
8.2	TEORETISKE IMPLIKASJONER .....	114
8.3	HVOR GÅR VEIEN VIDERE? .....	116
	<b>KILDELISTE</b> .....	<b>118</b>

# 1. Innledning

I 1989 kjørte skogsindustrien i British Colombia en større reklamekampanje i et forsøk på å danne positiv konsensus omkring deres virksomhet. Som en protest mot denne kampanjen startet en gruppe mediekompetente mennesker, med Kalle Lasn i spissen, Adbusters Media Foundation. Med utgangspunkt i egenprodusert reklame ønsket de å formidle et alternativt bilde av skogsindustrien som de mente var mer riktig. Disse reklamene klarte de for øvrig ikke å få kjøpt noe sendetid for. Enden på Adbusters genese var allikevel at de kom seirende ut av kampen ved at de klarte å legge nok press på tv-selskapene til at de avstod fra å sende flere reklameinnslag fra skogsindustrien (Lasn 2000: 30-43).

Adbusters har etter hvert spredd seg fra sitt hovedkontor i Vancouver og blant annet Norge. Det er denne norske gruppen, med fokus på de aktive som befinner seg i Osloområdet, som er denne oppgavens kasus. Gruppen fremstiller seg selv som en type miljøvernere for samfunnet, men hvor det er det mentale miljøet som ønskes satt på dagsorden.

Adbusters er trolig mest kjent for den konsekvente og kreative bruken av det som kalles kulturjamming. Mark Dery beskriver kulturjamming som: ”(...) *alt som blander kunst, media, parodi og den utenforståendes synsvinkel*” (Klein 2002: 289). I akademiske termer kan fremgangsmåten umiddelbart fremstå som en hegeliensk anti-tetisk praksis hvor de, ved å aktivt vri og vende på de symbolene og tegnene som til sammen konstruerer mening i tekst eller bilde, fyller fremstillingen med et alternativt meningsinnhold. Eller kanskje er det mer treffende å beskrive deres aktivisme som en praksis utført av revitaliserte frankfurtianere, men hvor realiseringen av det revolusjonære prosjektet blir forsøkt gjennomført på nye måter. Der Marcuse og Adorno forsøkte å frigjøre mennesket gjennom å avdekke de ideologiske strukturene vi lever under gjennom intellektuell opplysning, har Adbusters en mer direkte fremgangsmåte hvor de forsøker å blottlegge de ideologiske strukturene gjennom handlinger.

Kulturjammen skal her behandles som en form for politisk strategi i vid forstand. Men hvorfor benytter de seg av denne fremgangsmåten? Og hvilke konsekvenser har dette for gruppens mobilisering? Sammen med en utbrodering av Adbusters organisering og de



---

sakene de er opptatt av, skal vi<sup>1</sup> her forsøke å si noe om hva som konstituerer Adbusters som kollektiv aktør, og knytte det opp mot de ovennevnte spørsmålene.

I tillegg til de mer beskrivende delene i oppgaven er dette også et forsøk på å sette sammen et teoretisk rammeverk som kan gå forbi analyser av Adbusters kulturjamming som enten bunner ut i en kritikk av midlene (som Heath og Potter 2005), reduserer forståelsen av kulturjamming til kun et virkemiddel (som Elden 2004) eller ser bort fra sammenhengen mellom egenskaper ved kasuset og midlene de benytter seg av (som Tilly 1978, 1986).

## 1.1 Problemstillinger

Spørsmålene som strukturerer oppgaven består av følgende problemstillinger og underproblemstillinger.

### **Hva kjennetegner den norske gruppen Adbusters?**

Oppgaven starter med en mer deskriptiv beskrivelse av gruppen ut ifra tre sentrale empirisk utledede aspekter: organisering, metode og felles temaer. Alle behandles mer utførlig, om enn i ulik grad.

### **Hvorfor benytter Adbusters seg av kulturjamming?**

Dette spørsmålet skal besvares ved hjelp av tre analytiske begreper og et strukturelt perspektiv som her skal formuleres i følgende underproblemstillinger:

#### *Hvilken sammenheng er det mellom gruppens rammer og kulturjamming?*

I tilknytning til dette spørsmålet utbroderes gruppens rammer, her forstått som gruppens egen situasjonsdefinering og selvforståelse, i tilknytning til kulturjammingen.

#### *Hvilken sammenheng er det mellom masterrammer og kulturjamming?*

Her settes det fokus på logikken bak kulturjammingen ved hjelp av masterrammer, som i denne oppgaven skal forstås som de allerede eksisterende meningssammenhengene som er etablert av sosiale bevegelser.

---

<sup>1</sup> Valget av "vi" er konsekvent brukt i oppgaven, utenom visse deler av metodekapitlet: "Man sier `vi` fordi man forutsetter

*Hvordan kan valget av kulturjamming belyses ved hjelp av begrepet om motstandsrepertoar?*

Ved hjelp av teorien av motstandsrepertoar, altså deres metode og aksjonsformer, knyttes bruken av kulturjamming til et allerede eksisterende sosialt og historisk betinget felt. Samtidig utvider vi det analytiske begrepet ved å sette gruppens praksiser inn i en mer interaksjonistisk sammenheng.

*Hvilke strukturelle forhold er relevante i forklaringen av kollektive aktører som Adbusters?*

Her utledes et makroperspektiv basert på arbeidet til Melucci som kan være relevant for å utbrodere en forståelse av det konkrete kasuset Adbusters.

**Hvilke sammenhenger kan vi trekke mellom gruppens rammer, motstandsrepertoar og organisering, og manglende mobilisering rundt gruppens arbeid?**

Dette spørsmålet kommer som en konsekvens av de allerede nevnte problemstillingene og underproblemstillingene, og forsøker å trekke noen sammenhenger mellom gruppen slik som den vil bli beskrevet og analysert (langs de tre aspektene) og hva disse perspektivene kan si om gruppens manglende suksess.

Problemstillingene som her er lagt frem tildeles ulik plass i oppgaven. Oppgaven vil særlig legge vekt på å beskrive og analysere gruppens bruk av kulturjamming, logikken bak og konsekvensene av denne praksisen.

## 1.2 Hvordan og hvorfor skal vi nærme oss tematikken?

Innenfor sosiologien tilbyr de teoretiske arbeidene som faller inn under det som kalles teorier om sosiale bevegelser en god innfallsport til kasuset Adbusters. En del av perspektivene som har blitt utviklet her utgjør også denne oppgavens teoretiske grunnlag.

Oppgaven har et deskriptivt fokus. Dette skyldes at gruppen er forholdsvis lite kjent. Samtidig har mange sannsynligvis vært vitne til et eller flere av gruppens ulike kulturjammer.

---

Særlig stor plass gis det til Adbusters bruk av kulturjamming. Dette skyldes at gruppen i stor grad forbindes med denne praksisen. Dette er en karakteristikk som er vanlig for denne typen grupper: *"Unlike most other forms of political activity, political movements are characterized more by what they do than by what they stand for"* (Rochon 1988: 98).

Kulturjamming som sosial handling er ikke så lett verken å forstå eller forklare. Fra et sosiologisk utgangspunkt foreligger det lite teoretiske arbeider innenfor det fagfeltet som konsentrerer seg om sosiale bevegelser som forsøker å analysere denne typen symbolske praksiser. Både innenfor det organisatoriske og semantiske nivået som vi også behandler, finner vi derimot teorier som fungerer mer direkte på kasuset.

Det er derfor også en teoretisk interesse knyttet til kulturjammingen. De fleste fortolkninger (sosiologiske som ikke-sosiologiske) som er gjort av Adbusters og deres aksjonsformer forsøker på en eller annen måte å forsvare eller kritisere fremgangsmåten. Dette kan sikkert være interessant i mange sammenhenger. Det bør for øvrig også være sosiologisk interessant å konstruere et perspektiv som utbroderer en del av de sosiale sammenhengene som kan forklare og dermed gi noen relevante tolkninger av at de nettopp tar i bruk kulturjammingen, hva som ligger i denne praksisen og hvilke konsekvenser dette valget kan ha uten å direkte avvise eller forsvare denne praksisen.

Teoretisk er oppgaven særlig knyttet opp mot begrepet om motstandsrepertoar som vil forsøkes knyttet opp til allerede eksisterende perspektiver om rammer, masterrammer og felt for å konstruere et teoretisk rammeverk som kan gi den beskrivelsen av Adbusters som vi her ønsker.

Tilslutt bør det også nevnes at Adbusters som enkeltaktør også er et kasus som trolig kan si en del om idestrømningene og praksisene som har fulgt noen av de senere års større sosiale bevegelser. Ikke som en representativ størrelse, men snarere som et konkret eksempel på en kollektiv aktør som ellers gjerne blir referert til i mer abstrakte samlebetegnelser som sosiale bevegelser (eks antiglobaliseringsbevegelsen). En slik språklig konstruksjon overskygger gjerne, apriori, den empiriske heterogeniteten (at det eksisterer en rekke ulike kollektive aktører), som dermed samtidig også overser behovet for å etablere sammenhenger der disse måtte forekomme.

## 1.3 Gangen i fremstillingen

I kapittel 2 starter vi med å si noe om det teoretiske fundamentet som ligger til grunn for analysen. Først skisseres noen sentrale teoretiske skoler som vi kan si har formet feltet. Deretter går teorikapitlet over til å utlede mer konkrete analytiske kategorier som benyttes i analysearbeidet.

Kapittel 3 tar for seg metoden og innledes med noen relevante problemstillinger og refleksjoner rundt det å tolke data. Deretter ser vi på de mer praktiske valgene og noen av de utfordringene som det er tatt stilling til.

Analysedelen innledes med kapittel 4, hvor det først gjøres greie for 3 aspekter som anses som sentrale for gruppen. Deretter gis en liten oversikt over gruppens arbeider før kapitlet tilslutt ser på Adbusters som nettverk, hvor det etableres noen årsaker mellom dette aspektet og gruppens fortsatt marginale rolle i norsk offentlighet.

I Kapittel 5 systemiseres de sakene som Adbusters jobber med ved hjelp av rammeteoriens begrepsapparat. Fokuset ligger på å få frem hva de ønsker å gjøre og hvorfor de ønsker fokus rundt disse problemene.

Kapittel 6 utbroderer det innledende analysekapitlet ved å inkludere et mer forklarende perspektiv. Her settes de kollektive handlingsrammene hos Adbusters inn i et videre historisk og sosialt perspektiv ved hjelp av teoretiske begreper som masterrammer og protestsykluser.

Det siste analysekapitlet er rettet mot det som vi i denne oppgaven skal referere til som motstandsrepertoarer. Kapitlet innledes med en beskrivelse av kulturjamming. Med dette som utgangspunkt settes så motstandsrepertoarene opp mot de rammene vi har utledet, og inn i en mer interaksjonistisk sammenheng med felt og målgrupper som utgangspunkt.

Tilslutt i oppgaven følger konklusjonen som setter sammen oppsummeringene fra hvert kapittel. Deretter følger noen teoretiske implikasjoner. Tilslutt gis noen bemerkning om hva som er denne oppgavens bidrag til det teoretiske feltet og hvordan forskning på Adbusters og liknende grupper kan utvikles videre ut fra den forskningen som her er gjennomført.

---

## 2. Sosiologien om sosiale bevegelser

Her skal vi se nærmere på den teoretiske referanserammen. Strukturen i kapitlet er todelt. Den første delen består av en kort beskrivelse av det teoretiske bakgrunnsteppet som har preget det teoretiske feltet. I den andre delen legger vi frem det som skal utgjøre det teoretiske grunnlaget for oppgaven. Her utdypes de mer spesifikke begrepene som skal fungere som analytiske verktøy som kan bidra til å fokusere på visse aspekter ved empirien og svare på de spørsmålene som ble presentert i innledningskapitlet.

### 2.1 Teorier om sosiale bevegelser i USA og Europa

De sosiologiske bidragene som tar for seg sosiale bevegelser er omfattende. Dette gjør at en rask oversikt over litteraturen på området ikke vil yte teorimangfoldet den oppmerksomheten den fortjener. Utgreiningen vil derfor ta sikte på kort å gjøre rede for noen av de viktigste teoritradisjonene, primært fra 1960-tallet og fremover.

Den vestlige verden opplevde en rekke uroligheter og ulike former for massemobilisering i perioden etter 2. verdenskrig, og særlig fra slutten av 60-tallet. Denne typen kollektiv handling blir gjerne drøftet i litteraturen som sosiale bevegelser. I Nord-Amerika var det struktur-funksjonalistisk teori med innflytelse fra symbolsk interaksjonisme som rådet grunnen på 60-tallet. Den mest sentrale skikkelsen var Smelser, og paradigmat blir gjerne referert til som ”kollektiv oppførsel”. I Europa var det derimot marxistisk teori som i stor grad formet de samfunnsvitenskapelige forklaringene og, kan vi legge til, de sosiale bevegelsenes selvoppfatning.

Begge disse forklaringsrammene ble det så stilt spørsmålstegn ved utover på 70-tallet. Dette dannet grunnlag for nye teoretiske forklaringsrammer. I USA var det særlig ”Ressursmobiliseringsteori” (RM) og ”Politisk prosessesteori” (PPT) som tok over som teoretiske forklaringer. I Europa var det ”New social movement” (NSM) som dannet utgangspunkt for nye forklaringer.

At utviklingen av teori ikke gikk i samme retning blir gjerne forklart ut fra to forhold. For det første skyldes det ulike sosiale forhold og at bevegelsene ikke tok lik form. I Europa

hadde en sterk arbeiderbevegelse med tro på ideologisk fundert aktivisme lenge vært rådende. I USA skjedde det derimot tidlig en profesjonalisering av bevegelsene i organisasjoner. For det andre skyldes det ulike intellektuelle røtter og de allerede nevnte ulike forklaringsparadigmene. De nye teoretiske perspektivene var derfor også en reaksjon på teorier som til da hadde rådet grunnen, og som de mente var mangelfulle og derfor ønsket å erstatte (Melucci 1989: 192-3, Della Porta og Diani 1999: 2-3).

Med en grov forenkling kan man si at de europeiske bidragene hadde sitt tyngdepunkt på de strukturelle forklaringene. Derfor ble hvorfor-dimensjonen særlig forsøkt forklart. For de amerikanske teoriene var det derimot vektlegging av hvordan-dimensjonen som utgjorde et hovedgrunnlag for teoretiseringen. RM-teori, i motsetning til NSM, legger til grunn at det alltid eksisterer misfornøyde grupper i samfunnet. Hvorfor-perspektivet er derfor mindre interessant. Det som er viktig for RM er å forklare hvordan denne misfornøydheten går over til kollektiv handling. (Rochon 1988: 18-20).

Det europeiske bidraget var en kritikk av marxismen ved å påpeke at kollektiv handling ikke er noe som er gitt på forhånd (a priori) ved å vise til et antagonistisk forhold. Samtidig er marxismens store vekt på produksjonsforhold fortsatt en viktig forklaringsfaktor, men de trenger å omskrives fordi samfunnet i dag har gjennomgått store forandringer fra det samfunnet Marx beskrev (Melucci 1989: 38-40).

Blant de mest sentrale teoretikerne her kan nevnes Touraine, Inglehart, Melucci og Habermas. Disse har for øvrig ulike tyngdepunkter. For eksempel har Habermas en mer sosialfilosofisk tilnærming basert på lite empirisk forskning. På den andre siden finner vi for eksempel Melucci som har utviklet sine teoretiske perspektiver gjennom mye feltarbeid og empiriske undersøkelser. Begrepene er også mer konkrete og lettere å inkludere i et forskningsopplegg.

RM-perspektivet ble utviklet av blant annet McCarthy og Zald på 70-tallet. Teorien tok særlig for seg mobiliseringsprosesser og hvordan dette påvirket den formelle organisasjonen. Blant annet konstruerte de begrepet "Social movement organization" som beskrev den profesjonaliseringen som skjedde i mange av de amerikanske bevegelsene. Også PPT var opptatt av det organisatoriske, men her var det særlig i forhold til hvordan de uformelle nettverkene former og brukes av sosiale bevegelser. Felles for dem begge var at de ønsket en teoriplattform som distanserte seg fra meningsaspektet som var så sentralt hos Smelser.

---

## 2.2 En syntese i tre begreper?

Ut over 80-tallet skjedde det så en gradvis teoretisk sammensmeltning av de ulike teoriene. Det er derfor misvisende å snakke om reelle ulike skoler. Både problemstillingene og forklaringsrammene de benytter seg av kan derfor sies å være overlappende.

McAdam, McCarthy og Zald (1996) har konstruert en tredeling, hvor de forsøker å samle det teoretiske feltet i tre analytisk distinkte, men komplementære nivåer. La oss derfor se nærmere på hvilke nivåer dette er og innholdet forfatterne gir dem.

### **Politiske muligheter**

Under dette nivået finner vi teorier som tar for seg den politiske konteksten som bevegelsene opererer innenfor. Dette har dannet grunnlag for forklaringer om bevegelsenes form med denne bakgrunnen som uavhengig variabel. Klargjøringen av hva som skal anses som ”politiske muligheter” gjøres ved å trekke frem fire dimensjoner. Disse er:

- 1) Den relative åpenheten/lukketheten av det institusjonaliserte politiske systemet.
- 2) Stabiliteten/ustabiliteten av elite-sammensetninger som underbygger det politiske regimet.
- 3) Tilstedeværelsen/fraværet av eliteallierte.
- 4) Statens mulighet og tilbøyelighet til undertrykkelse/tvang (McAdam 1996: 27).

Som vi ser lar McAdam forklaringsnivået begrenses til politiske faktorer. Disse fire dimensjonene, og ulike sammensetninger av disse utgjør mulige forklaringsnøkler til både ”timing” og fremvekst av bevegelser, utfallet av bevegelsene, samt hvilken form bevegelsene tar (blir de voldelige, går under jorden eller tar de form som en mer åpen aktør i det politiske spillet) (McAdam 1996: 29-31).

Det går også an å snu den kausale retningen og la ”politiske muligheter” bli den avhengige variabelen og dermed angi hvordan sosiale bevegelser påvirker de fire dimensjonene over. Dermed vil man for eksempel kunne avdekke hvordan ulike forandringer som suksessfulle sosiale bevegelser har fått i stand, og hvordan de latente konsekvensene kan gi åpninger for helt nye bevegelser (McAdam 1996: 35-7).

### Mobiliseringsstrukturer

Det neste begrepet de trekker frem er “mobiliseringsstrukturer”. Med mobiliseringsstrukturer mener vi her: *”(...) those collective vehicles, informal as well as formal, through which people mobilize and engage in collective action”* (McAdam, McCarthy og Zald 1996: 3).

Med dette nivået forsøker de å utvikle en teori hvor de legger vekt på viktigheten av at mobilisering skjer innenfor allerede eksisterende nettverk. Nivået inkluderer også måter å aksjonere på (taktisk repertoar). Denne variabelen legger vekt på ulike sosiale nettverk som de sosiale bevegelsene oppstår i. Dette omfatter alt fra uformelle, ikke-bevegelser som vennenettverk og nabolag, til mer formelle bevegelser som SMO.<sup>2</sup>

	<b>Ikke-bevegelse</b>	<b>Bevegelse</b>
<b>Uformell</b>	Vennenettverk, nabolag, arbeidsnettverk	Aktivistnettverk, interessegrupper
<b>Formell</b>	Kirker, fagforeninger, profesjonelle foreninger	SMOs, protestkomiteer, bevegelsesskoler

Tabell 1. (Basert på McAdam (1996: 145))

Dette nivået utbroderer perspektiver som ser nærmere på hvilken betydning ulike organisasjonstyper har for mobilisering, valg av taktikker og strategier etc. De er for øvrig aldri så entydige empirisk som de her fremstilles analytisk. Snarere kan de fleste kollektive aktører og sosiale bevegelser beskrives ut fra en rekke ulike konfigurasjoner av de ulike formene som er trukket frem ovenfor (McCarthy 1996: 141-51).

Ulike strukturelle trekk som kjennetegner moderniteten av økonomisk, sosial (som økt sosial mobilisering og utdanning) og teknologisk (som nye måter å kommunisere på) art, har bidratt til at man kan organisere seg på nye måter og kan ta i bruk nye taktikker. Men det finnes ikke ubegrenset med repertoarer. Organiseringen av sosiale bevegelser har sine tids- og stedsbegrensninger. Dette gjør at både tidligere bevegelser, som studentbevegelsen, påvirker senere bevegelser, og dominerende bevegelser, som miljøbevegelsen, påvirker de mer perifere bevegelser (Della Porta & Diani 1996: 151-59).

<sup>2</sup> ”Social movement organizations” beskriver de profesjonaliserte organisasjonene som skulle bli sentrale for de sosiale bevegelsene i USA.



### **”Rammeprosesser”**

Med dette nivået gjeninnføres meningsaspektet som RM-teorien forsøkte å avskrive i sin kritikk av Smelsers teori ”kollektiv oppførsel”. Med utgangspunkt i Goffmans rammeanalyse, og en del poenger fra ”kollektiv oppførsel”, utviklet Snow, Rochford, Worden og Benford (1986) en teori som beskriver nødvendigheten av aktørers definering og meningsinnramming av situasjoner for at handling skal finne sted. Poenget er da at sosiale problemer må konstrueres som et sosialt problem for å oppfattes som det. I Europa gjorde NSM det samme (McAdam m.fl. 1996: 5-7).

Nivået har gjerne blitt fremhevet på grunn av nødvendigheten av et kompletterende meningsperspektiv for de andre teoriene, men også fordi det er en dimensjon ved dagens bevegelser som er særlig relevant. Det økte fokuset kan også sees i sammenheng med økt bruk av kulturelle og språklige perspektiver som for alvor tok seg opp i samfunnsvitenskapene på 60-tallet.

I hvor stor grad man lykkes avhenger av i hvilke grad den sosiale bevegelsen kan overføre sin forståelsesramme til populasjonen, som kan sees i sammenheng med tidligere repertoar, hvilke kulturelle ressurser som er tilgjengelige for gruppen som mobiliseres og den større kulturen de er en del av.

### **Oppsummering av syntesen**

Styrken i McAdam, McCarthy og Zald (1996) redegjørelse er for det første å bidra til å spisse teorien på området, og samtidig redusere en stor produksjon ned til tre sentrale variabler for å bedre presisjonsnivået og gjøre oss oppmerksomme på at de ulike nivåene må anses som delforklaringer. De er derfor å anse som ulike nivåer i et resiprokt kausalt univers.

Nivået ”politiske muligheter” utgjør et makronivå. Mobiliseringsstrukturer er derimot et mesoperspektiv som legger vekt på at de sosiale bevegelsene ikke oppstår ut av intet, men utgår fra sosiale relasjoner, ulike nettverk, som allerede eksisterer med tilhørende ressurser og strategier. For å binde disse to nivåene sammen trekker de også inn rammeteorien som tar for seg konstruksjonen av mening som foregår i de sosiale relasjonene. Mobiliseringen er derfor også avhengig av konstruerte situasjonsforståelser.

### **2.2.1 Perspektivets begrensninger og fremleggingen av et tilleggsperspektiv**

McAdam, McCarthy og Zalds (1996) redegjørelse gjør det for øvrig lett å tro at kategorien ”politiske muligheter” gir en uttømmende forklaring av makronivået. Jaswin<sup>3</sup> kritiserer perspektivet for å redusere alle forklaringer til ”politiske muligheter” a priori (Jaswin 1999: 109). Som en begrensning ved syntesen skal vi i denne oppgaven utvide analysens makronivå ved å inkludere en annen type strukturell teori som faller inn under samlebetegnelse NSM.

Denne skolen består av mange ulike perspektiver skrevet ut fra divergerende vitenskapsteoretiske ståsteder. En kort redegjørelse er derfor på sin plass.

Hos noen utgjør NSM en bestemt empirisk undergruppe eller egen kategori av sosiale bevegelser hvor kvinne, miljø, freds og menneskerettighetsgrupper utgjør eksempler på denne gruppen (eks Olzak og Uhrig 2001). NSM beskrives også som en teoretisk retning som har forsøkt å konstruere en ny type konfigurasjon basert på dagliglivet, sosial strukturell plassering og foretrukne mobiliseringsformer (Edwards 1994, i McCarthy 1996: 145).

Andre kjente NSM teoretikere som Touraine ønsker å avdekke fundamentale motsetninger som eksisterer for ulike historiske epoker, og belyse skillet mellom industrisamfunnet og det postindustrielle samfunnet. For det postindustrielle samfunnet hviler motsetningen på forholdet mellom stat og marked på den ene siden og enkeltpersoner som ønsker å utvikle sin individualitet uten innblanding fra makt, kapital og rasjonalisme på den annen side (Touraine 1981, i Stokke 1999: 117). Castells på sin side forsøker å karakterisere dagens sosiale bevegelser som først og fremst motstandere av globaliseringsprosessene, men hvor aktørene også må forstås og settes inn i sine lokale kontekster (Castells 1997, i Stokke 1999: 116).

Habermas sosialfilosofiske tilnærming forsøker å trekke frem de forandringene som kjennetegner det senmoderne samfunnet, og som kan forklare de sosiale bevegelsene som dukket opp særlig fra 60-tallet som han kaller NSM. Han tar utgangspunkt i hvordan arbeiderbevegelsen (”Old Left”) kjempet mot det økonomiske systemets ubønhørighet. Uten sikkerhetsnett gikk de konjunkturrelle krisene direkte utover arbeiderne. Velferdsstatens oppkomst er en konsekvens av arbeiderbevegelsens krav og statens reformvilje i form av økt

statlig styring på det sosiale og økonomiske området. Den videre utviklingen av velferdsstaten var også et resultat av keynesianismen og ideen om hvordan staten skulle gripe direkte inn i de økonomiske krisene. Konsekvensen av disse to forholdene (sosiale og ideologiske) er at staten utover 1900-tallet både økte sin innflytelse, men også at forventningen om at de skulle gripe inn vokste. Som en konsekvens av dette ble også skylden for økonomiske nedgangstider overført til staten.

Denne nye altomfattende staten, som skulle garantere for borgernes liv, førte til en økende byråkratisering for å møte de nye kravene. Den negative tendensen i etterkrigstidssamfunnet beskrives således av Habermas som en tendens i retning av kolonialisering av livsverden, hvor systemet overtar stadig flere deler av de sfærene som tidligere ble regulert av den sosiale integrasjonens kommunikative forståelse (som innebefatter den delen av våre liv som beskriver forståelse, diskurs, tradisjon, mening etc). Her ser vi hvordan staten som først var en problemløser for mellomkrigstidens arbeiderbevegelse, ble det nye problemet for etterkrigstidens bevegelser. Når Habermas beskriver hvordan NSM bevegelsene fremstår er det derfor særlig i sin opptatthet av staten (Rochon 1988, Crossley 2002).

*“Rather these new conflicts arise in domains of cultural reproduction, social integration, and socialisation; they are carried out in sub-institutional – or at least extra parliamentary – forms of protest; and the underlying deficits reflect a reification of communicatively structured domains of action that will not respond to the media of money and power” (Habermas 1989: 392).<sup>4</sup>*

Della Porta og Diani forsøker å snevre det inn til to generelle hovedtendenser. For det første at det eksisterer et økt fokus på symbolproduksjon, manipulasjon og kunnskap, og for det andre at det har skjedd en forandring i forholdet mellom offentlig og privat sfære. NSM perspektivet forsøker således å besvare spørsmålene som omhandler hvorfor de sosiale bevegelsene i dagens samfunn samler seg rundt saker som fokuserer på miljø, menneskerettigheter, fred etc. Videre, også med bakgrunn i den strukturelle forklaringskonteksten, hvorfor det er andre grupper som i større grad lar seg mobilisere (særlig middelklassen), og hvorfor de organiserer seg og aksjonerer som de gjør (mer

---

<sup>3</sup> Et konstruert navn som viser til en artikkel de to forfatterne Jasper og Goodwins har skrevet sammen.

<sup>4</sup> Vi ser for øvrig her at Habermas trekker frem begge sidene som tar for seg hans teori om samfunnets systemintegrasjon, både penger/marked og makt/byråkrati. Vi lar allikevel Rochon (1988) og Crossleys (2002) tolkning av hans NSM teori stå.

fragmentert, heterogent og med andre former for solidaritet) (Della Porta og Diani 1999: 24-56).

PPT, som er den retningen som i stor grad har overtatt for RM, har inkludert et strukturelt perspektiv (Tilly 1978, 1986; McAdam, McCarthy og Zald 1996), men analysene konsentrerer seg stort sett om den politiske dimensjonen.<sup>5</sup> Dette er en svakhet som følger den syntesen vi la frem tidligere i teorikapitlet. På den andre siden blir NSM gjerne kritisert for at perspektivet ikke åpner for å se heterogeniteten ved dagens bevegelser (Melucci 1989: 195-6).

Vi skal i denne oppgaven bruke NSM som et teoretisk bakgrunnsbilde, som forsøker å trekke sammenhenger mellom dagens bevegelser og sentrale strukturelle trekk ved det senindustrielle samfunnet (det vestlige samfunnet etter andre verdenskrig). I oppgaven er det konkret Meluccis (1996) vinkling vi skal legge vekt på (et bidrag som kan diskuteres om i det hele tatt kan kategoriseres som et NSM perspektiv eller om han representerer en ny retning). Som en kritikk av mer totaliserende metanarrativer trekker Melucci frem to dimensjoner som fremstår som mer relevante i dag: kompleksitet og informasjon. Disse erstatter da de mer ideologisk betente beskrivelsene som lager teori med utgangspunkt i begrepene ”industrialisme” og ”kapitalisme” (jfr mange av post-teoriene) (Melucci 1996: 90). En utbrodering av dette perspektivet inngår i analysekapittel 6.

## 2.3 De analytiske begrepene i denne oppgaven

Vi skal her ta for oss det nivået som kalles mobiliseringsstrukturer, både i form av det organisatoriske aspektet, men særlig det aspektet som omhandler metoder og taktikker som vi i oppgaven vil referere til som motstandsrepertoarer. Dessuten er rammer et sentralt nivå for analysen. Vi begynner med å si noe om det siste.

---

<sup>5</sup> Et relevant perspektiv, men den får ikke frem andre sider som vil kunne være interessant ved kollektiv handling som ikke direkte faller inn under det politiske.

### 2.3.1 Rammeteori

Rammeanalysen henger sammen med en konstruktivistisk virkelighetsforståelse. Poenget er da at kollektiv handling ikke er mulig uten et handlingssystem hvor de aktivt konstruerer mening som i sin tur danner grunnlag for persepsjonen og dermed ulike reaksjoner ovenfor omverdenen (Melucci 1996: 39-41).

*"(...) det som bestemmer enkeltpersoners deltakelse i kollektive handlinger, er ikke en objektiv realitet, men persepsjoner og fortolkninger av virkeligheten. (...) [Videre] at sosiale bevegelser spiller selv en aktiv rolle i å konstruere og formidle fortolkninger av denne virkeligheten"* (Klandermans 1991, i Stokke 1999: 125).

For å klargjøre hvilket nivå rammeteorien omhandler kan vi ta utgangspunkt i Tarrow's inndeling av den idealistiske dimensjonen. Han skiller mellom tre nivåer. Det første og overordnede nivået gir han navnet "sosial mentalitet". Under her faller den veven av generelle meningssammenhenger som vi kan kalle verdier, symboler og praksiser. Det neste nivået kaller Tarrow for "politisk kultur". Innenfor denne kategorien innlemmer han de praksisene og ideene som er direkte knyttet opp mot reguleringen av de politiske relasjonene. Det tredje, og siste, nivået kaller han "kollektive handlingsrammer". Her finner vi de intensjonelle konstruerte handlingsrammene som en gruppe aktivt utformer og benytter seg av (Tarrow 1992: 186-7).<sup>6</sup> Det er dette siste nivået vi vil ta oss. Vi skal her definere rammer som: *"(...) conscious strategic efforts by groups of people to fashion shared understandings of the world and of themselves that legitimate and motivate collective action"* (McAdam, McCarthy og Zald 1996: 6).

Selve det teoretiske perspektivet, rammeteorien, tilbyr således et godt empirisk verktøy som presis kategori. Samtidig må det være klart at rammer bare er et distinkt teoretisk nivå innenfor en kulturell kompleks helhet (Zald 1996: 266).

Teorien fokuserer særlig på hvordan meningsrammer knyttes opp til andre forestillingsrammer som vi finner innenfor en populasjon og til andre kollektive aktører og grupper, såkalt rammeparallellisering. Med rammeparallellisering mener vi her: *"By frame alignment, we refer to the linkage of individual and SMO interpretive orientations, such that*

---

<sup>6</sup> Zald (1996: 263) skiller på en liknende måte mellom kultur, ideologi og rammer.

*some set of individual interest, values and beliefs and SMO activities, goals, and ideology are congruent and complementary*" (Snow m.fl. 1986: 464).

Rammeparallelliseringen kan gjennomføres ved å konstruere "rammebroer" (splise ukjente rammer med kjente rammer), "rammeforsterkning" (presisering), "rammeutvidelse" (generalisering) og "rammeforandring" (en strategi som går ut på å omgjøre allerede etablerte rammer) (Snow m.fl. 1986). I oppgaven skal vi også benytte rammeteorien for å forsøke å si noe om meningsfellesskapet ved hjelp av dette begrepsapparatet.

Ut fra denne generelle forankringen kan vi nå ta for oss de ulike teoretiske begrepene som rammene skal knyttes opp til: masterrammer og protestsykluser.

Masterrammer beskrives i litteraturen som å en form for paradigmer og virker inn på enkeltgruppers kollektive handlingsrammer på samme måte som vitenskapelige paradigmer gjør det på et konkret forskningsprosjekt. Det gis ingen definisjon på denne typen rammer, men masterrammen utdypes ved at det trekkes frem noen karakteristika. For det første består de av en diagnostisering (skyld og kausalitet i skyldspørsmålet). For det andre kan masterrammen enten være elaborert eller begrenset. I dette ligger det at masterrammen i større eller mindre grad inneholder en fleksibilitet som muliggjør at den kan knyttes opp mot nye prosjekter og ideer. For det tredje er masterrammens potensielle mobiliseringskraft avhengig av dens samsvar med livsverden til befolkningen for øvrig. Dette poenget berører masterrammens empiriske troverdighet, erfaringsmessige kommensurabilitet<sup>7</sup> og den narrative likheten. Sistnevnte viser til i hvilken grad masterrammen benytter seg av sentrale myter, fortellinger og forestillinger (Snow og Benford 1992: 138-141).

Ved å ta utgangspunkt i de komplementære begrepene om rammer og masterrammer kan vi si noe om hvordan kollektiv handling legitimeres og inspireres, samt hvorfor noe oppfattes som riktig/uriktig, effektivt/ineffektivt og kostbart/ikke-kostbart (Snow og Benford 1992: 151-2).

Det neste begrepet, protestsykluser, skal her brukes for å utbrodere masterrammen. Denne teorien sier noe om hvorfor sosiale bevegelser oppstår og forsvinner, samt betydningen den aktive perioden slike sykluser innleder, har for ulike grupper innenfor segmentet av sosiale bevegelser. En protestsyklus kan defineres på følgende måte:

---

<sup>7</sup> Denne erfaringsmessige troverdigheten og kommensurabiliteten skal i denne oppgaven for øvrig tolkes i en ikke-realistisk retning for å være epistemologisk konsistent med dens konstruktivistiske utgangspunkt. Det betyr med andre ord at vi her ikke snakker om en ren (realistisk) erfaring, men hvordan masterrammen kun kan vektes ut fra allerede eksisterende kognitive skjemaer som mulige mobiliserbare aktører besitter.

---

*"(...) as sequences of escalating collective action that are of greater frequency an intensity than normal, that spread throughout various sectors and regions of society, and that involve both new techniques of protest and new forms of organization that, in combination with traditional organizational infrastructures, "determine the spread and dynamics of the cycle" (Tarrow 1983: 36-9, i Snow og Benford 1992: 141).*

Snow og Benford (1992) utbroderer denne definisjonen av protestsykluser til også å være noe som kan være lokalt og overnasjonalt. Noe som er nødvendig for å kunne bruke den på vårt kasus. Begrepet sier noe om svingninger i intensitetsnivå for sosiale bevegelser. Men også konsekvensene av å komme tidlig eller sent inn i en syklus, samt hvordan bevegelser kan institusjonaliseres, radikaliseres eller rutiniseres, noe som igjen påvirker intensiteten og varigheten av syklusen (Della Porta og Diani 1999: 190-191).

### **Begrensninger ved perspektivet**

Et problem ved rammeanalysen er at den bare forholder seg til en begrenset dimensjon ved kulturperspektivet (Jaswin 1999: 122). Dette har vi belyst ved å vise hvilket nivå rammeteorien omhandler (se Tarrow 1992 og Zald 1996), og er i seg selv ikke et problem, så lenge vi er klar over at rammeteorien begrenser seg til en bestemt måte å forholde seg til den kulturelle dimensjonen.

Steinberg (1999) gjør et poeng av at rammeteorien mangler både et historisk og dialogisk<sup>8</sup> perspektiv. Samtidig påpekes det for eksempel av Tarrow, at en av rammeanalysens sterke sider er hvordan den tar for seg innovasjonen av rammer ut fra allerede etablerte meningshorisonter gjennom ulike rammeparallelliseringsprosesser (Tarrow 1992: 191). Rammeteorien tilbyr derfor også muligheten for denne kontekstuelle forklaringshorisonten, eksempelvis når de komplementeres med masterrammer og protestsykluser. Det dialogiske aspektet blir derimot ikke alltid like godt behandlet innenfor perspektivet.

En siste begrensning som gjerne trekkes frem er rammeteorien rasjonalistiske forankring (eks Snow m.fl. 1986; Snow og Benford 1992; Tarrow 1992). Dette fundamentet bidrar til at mening i stor grad blir behandlet som noe man kan forholde seg strategisk til i kampen for å mobilisere tilhengere, øve innflytelse og opprettholde eksisterende medlemsmasse. Således kan rammeanalysen sees på som en form for mikrokonstruktivisme.

---

<sup>8</sup> Det dialogiske perspektivet går ut på hvordan rammene blir utformet i relasjon til andre aktører og ikke bare er uttrykk for intensjonalitet eller den intellektuelle kapasiteten til en aktør.

Den symbolske interaksjonistiske tradisjonen, som den er forankret i, legger stor vekt på aktørers evne til manipulering, uttrykkskontroll og kreativ bruk av språk og symboler i analyser av kultur, som for eksempel Goffman (1961, 1974) og Garfinkels (Collins 1994: 266-276). Det motsatte av denne typen konstruktivisme vil være det vi kan kalle makrokonstruktivisme. Her finner vi eksempelvis Foucault som behandler det sosiale og kulturelle som noe som styrer aktørene gjennom epistemer og diskurser som aktørene er innleiret i og ikke kan komme utenom.<sup>9</sup>

Rammeteorien gjør det problematisk å forklare handling som ikke umiddelbart fremstår som strategisk. Dessuten kan en strategisk modell og et forsøk på å innlemme kultur og mening i analysen samtidig, virke i overkant av hva som kan godtas som eklektisk bruk av teorier. En måte å overkomme disse begrensningene på, kan være ved å komplementere rammeteorien med et diskursanalytisk perspektiv (Steinberg 1998, 1999; Sandberg 2003).

Et annet alternativ tilbys av Melucci som baserer seg på en konstruktivistisk og interaksjonistisk tilnærming. Gjennom interaksjonen i gruppen danner de et felles grunnlag for persepsjon av begrensninger og muligheter. Dette danner i sin tur grunnlag for det han kaller "kollektiv identitet", som er Meluccis forsøk på å lage en teori med et referansesystem (som blant annet inkluderer rammenivået) som ikke selv er utsatt for kalkyle, men som kommer forut for en eller annen form for rasjonalisme (Melucci 1996: 66). Et viktig element her er hvordan uenighet innad danner en kollektiv identitet basert på diskusjon, som igjen skaper kunnskapsproduksjon om den kollektive aktørens mål, midler og regulering av forholdet til omgivelsene (Melucci 1989).

Videre bør det nevnes at rammeanalysen mangler et begrepsapparat som avdekker det ideologiske ved rammene. Med et ideologisk nivå mener vi her hvordan de kollektive aktørenes rammer fremstår som noe partikulært. Dermed løsriver rammene seg fra det sosiale rommet de har vokst frem i. Dette skjuler hvordan rammene samtidig er et forsvar for aktørens egne interesser og bidrar til å reprodusere de sosiale relasjonene som utgjør det sosiale feltet de inngår i (Melucci 1996: 348-352). Dette skal vi for øvrig ikke behandle i denne analysen, men det kommer ikke godt nok frem i rammeteoriens perspektiv. Det siste poenget vi kan ta med er, at rammeanalysen ikke problematiserer hvordan en kamp kan analyseres når det er rammene selv som er det som det kjempes om. Slik Melucci (1996) mener at kampen om mening er dagens bevegelsers modus operandi.

---

<sup>9</sup> Inndelingen er lånt av Burr (2003).



### 2.3.2 Motstandsrepertoar

Det andre nivået som analysen vil konsentrere seg om er ”mobiliseringsstrukturer”. Under dette nivået plasseres både de formelle eller uformelle nettverkene og organisasjonene som en bevegelse utgår fra, men også de strategiske praksisene (aksjoner, metoder, taktikker) som en gruppe benytter seg av (McCarthy 1996: 141). Vi skal konsentrere oss om det siste aspektet først.

Charles Tilly er en av de forskerne som lenge har vært opptatt av denne dimensjonen ved sosiale bevegelser. Hans begrep om ”motstandsrepertoarer” (”repertoires of contention”) viser til de virkemidlene som sosiale bevegelser benytter seg av i kampen om støtte og innflytelse. Vi legger hans definisjon av motstandsrepertoarer til grunn for oppgaven: *”(...) (the) whole set of means (a group) has for making claims of different types on different individuals”* (Tilly 1986: 2).

En av grunntesene i hans arbeider er hvordan de taktiske valgene og hva det kjempes om, er historisk og kulturelt betinget. Dette gjør at sosiale aktører aldri har et uendelig antall handlingsalternativer til rådighet: *”At any point in time, the repertoire of collective actions available to a population is surprisingly limited”* (Tilly 1978: 151). I tråd med dette skal vi her se nærmere på Adbusters og det vi fra nå av skal referere til som ”motstandsrepertoarer” med utgangspunkt i utsagnet om at: *”Movements create themselves and their own particular movement spaces, but their praxis is conditioned by the society around them”* (Eyerman og Jamison 1991: 64).

Kollektive aktører som protesterer er ikke noe nytt, men hvordan protestene utspilles er historisk foranderlige og begrenset av det samfunnet de inngår i skal vi tro Tilly:

*”(...) never disposing more than a few claimmaking routines at a time, and always innovating, like designers of mechanical devices, at edges of existing performances, most often in response to perceived inadequacies of performances, thereby reproducing most features of performances and their underlying social relations as they did so”* (Tilly 1996: 599).

”Motstandsrepertoarene” har ikke forandret seg så mye siden den franske revolusjon, men utvidet seg til å innebefatte supra – og subnasjonale enheter i tillegg til at de også tar i bruk nye medier (Della Porta og Diani 1999: 172).

Vi har en rekke ulike motstandsrepertoarer som i dag er forholdsvis vanlige, både parlamentariske og utenomparlamentariske. Her kan det nevnes: boikott, demonstrasjoner,

okkupasjoner, underskriftskampanjer, samt de mer konvensjonelle taktikkene hvor man velger å jobbe for politiske kampanjer, lobbyvirksomhet osv. Vi ser også at sosiale bevegelser gjerne tar i bruk indirekte kanaler ved å forsøke å bli fanget opp av media for å uttrykke sitt budskap (Della Porta og Diani 1999: 167-70).

### **Noen begrensninger ved motstandsrepertoaret**

Tillys versjon av motstandsrepertoarer gir ikke helt det presisjonsnivået vi ønsker i analysen. Vi kan si at den er for generell ved at den tilhører en hel historisk populasjon.

Som vi har vært inne på er motstandsrepertoarer noe som allerede eksisterer, hvor de kollektive aktørene lærer og henter fra hverandre og tidligere aktivister (Zald 1996). Men det behøver ikke å tolkes i den retning at de eksisterende taktikkene automatisk overtas av nye grupper. Taktikker og modeller som forkastes av en generasjon aktivister kan gjenoppstå som løsningen for neste generasjon (Jasper 1997).<sup>10</sup>

Hva påvirker så disse valgene? Valgene er avhengige av de kulturelle og materielle ressursene som gruppen har tilgang til eller er i besittelse av. Videre danner de eksisterende repertoarene et handlingsrom hvor ulike repertoarer gis ulik verdi og bruksområde, mens andre er helt utelatt. Å ta i bruk anerkjente former å handle på vil for eksempel lettere gi legitimitet. Det etablerte rommet strukturerer både handlingsvalgenes begrensninger og ressursgrunnlaget for nye innovasjoner (Della Porta og Diani 1999: 181-3).

Motstandsrepertoarer skal vi derfor i denne oppgaven sette inn i forestillingen om at sosiale bevegelsene selv utgjør, og er en del av, et større felt. Crossley (2002) plasserer de sosiale bevegelsene inn i et politisk felt i vid forstand, strukturert av kapitalkrefter (Crossley er her inspirert av Bourdieu). Samfunnets sosiale bevegelser kan derfor sies å finnes i et delvis regulert og institusjonalisert rom. Påvirkningen, valgene og utviklingen av motstandsrepertoarer skal derfor også knyttes opp til en mer interaksjonistisk forståelse. Dette vil vi komme nærmere inn på i analysen i kapittel 7.

### **2.3.3 Om sosiale bevegelser som organisasjoner**

Det å analysere sosiale bevegelser som organisasjoner, dreier seg om å beskrive den som en hvilken som helst annen tradisjonell organisasjon. En organisasjon kan sies å bestå av sosiale

---

strukturer (roller, mønstre), deltakere, mål og teknologi (maskineri og teknisk kunnskap) (Della Porta og Diani 1999: 140).

Valgt organisasjonsform vil påvirke den sosiale bevegelsen på ulike måter. En løs struktur vil lettere kunne motsette seg undertrykkelse, bidra til innovasjon og gi rom for rask tilpasning i fiendtlige omgivelser, men den byr også på problemer i forhold til integrasjonen og bevaringen av det man kan kalle kollektiv handling. Fordeler med å ha en mer strukturert organisasjon gjør at det blir lettere å overleve de første protestene. Dette kan gjennomføres både internt ved å etablere en maktstruktur (for eksempel et lederskap) og utvikle normer i form av roller og handlingsmønstre. Men det foregår også eksternt ved å samle inn ressurser fra omgivelsene (for eksempel ved å mobilisere nye grupper eller få i gang samarbeid). Den strukturerte organisasjonen vil også ha andre fordeler ved lettere å kunne sette i gang større aksjoner. Denne formen støtter både raske beslutninger, taktiske innovasjoner og muligheten for massedeltakelse. Vi ser at begge måtene å organisere seg på medfører ulike dilemmaer (Della Porta & Diani 1999: 160-3; Melucci 1996: 313-328).

Mange av dagens bevegelser kan best beskrives som segmenterte, nettliknende og uten klart definert lederskap. Ofte er dette basert på et ønske om å finne alternativer til byråkratiske og hierarkiske organisasjonsmodeller. Denne typen organisering har for øvrig i seg et dilemma. For å kunne koordinere en gruppes handlinger er det nødvendig med en eller annen form for organisering. Også for den ikke-organiserte organiseringen, oppstår det asymmetri. Denne asymmetrien må for øvrig holdes skjult for at de skal unngå å bli oppløst. Strategiene bevegelsene har tatt i bruk for å forsøke å overkomme dette dilemmaet har vært ved for eksempel å la lederskapene rotere eller fungere mer skjult, eller rett og slett skjule at beslutninger tas (for eksempel gjennom ytringer i ad hoc-komiteer, på internett eller i magasiner) (Melucci 1996: 344-7).

Dette er et perspektiv som er relevant i forholdt til den norske Oslobaserte Adbustersgruppen som vi skal se nærmere på, som er strukturert som et nettverk. Dette aspektet ved Adbusters skal i noen grad berøres videre i oppgaven, men vil tildeles minst plass. Noe som henger sammen med oppgavens problemstillinger, og ikke at dette aspektet er uinteressant eller nødvendigvis en mindre basal side av kasuset.

---

<sup>10</sup> Jasper ser for seg en "utvikling" som har trekk som tilsvarer Kuhns paradigmatheori.

## 2.4 Oppsummering

Referanserammen som vi her har redegjort for er gjort for å på å unngå reduksjonistiske teoretiseringer som enten forfordeler forklaringskraft til strukturer eller subjekter.

McAdam, McCarthy og Zald (1996) gir oss noen ulike nivåer som vi kan velge å fokusere på. Vi har valgt å konsentrere oss om meningsperspektivet (rammer – masterrammer) og mobiliseringsstrukturer (organisering – motstandsrepertoar). I tillegg kommer vi til å knytte disse nivåene opp til et makronivå som vi har lånt fra Melucci (1996).

Vi har endt opp med en teori som er forankret på et konstruktivistisk fundament som legger vekt på de sosiale relasjonene som de kollektive aktørene inngår i (jf ”kollektiv identitet”). Handling må derfor forklares med utgangspunkt i de sosiale relasjonene som konstruerer og tolker muligheter og begrensninger i handlingsrommet, samt de aktørene de forholder seg til.

### 3. Metode

Etter å ha gått igjennom teorien skal vi her ta for oss den andre obligatoriske delen av masteroppgaven: redegjørelsen for metoden.

I dette metodekapitlet skal vi se nærmere på noen av de refleksjonene som er bakt inn i oppgaven rundt fortolkning og innsamling av empiri med bakgrunn i spørsmålet: hvordan får vi gode data?

Vi skal derfor kort gjøre rede for noen av de generelle utfordringene som ligger i å håndtere et tolkende subjekt (Adbusters) som fortolker. Den andre delen av metodekapitlet går mer konkret inn på de valg som faktisk har blitt gjort, og ulike praktiske utfordringer i arbeidet.

#### 3.1 Noen innledende betraktninger om tolkning

##### **Noen konsekvenser av kunnskapssosiologien**

Det er mange ulike forhold forskeren må ta høyde for som inngang og utgang i et felt, bl.a. påvirkningen man har som forsker på feltet, etiske problemer i forhold til redelighet og anonymitet (Widerberg 2001; Fog 2001; Album 1996) , hvilke perspektiver som skal legges til grunn for tolkningen av empirien (Silverman 2001), hvilken gyldighet og generaliserbarhet det empiriske materialet og den utviklede teorien skal ha (Burawoy 1998; Alvesson & Sköldberg 1994) osv.

Her skal vi for øvrig starte med en metodisk utfordring som henger sammen med forskerens rolle slik den har blitt diskutert i tråd med de postpositivistiske perspektivene som for alvor slo igjennom fra 60-tallet for samfunnsvitenskapene. Hvilke utfordringer ligger i det å analysere samfunnsforhold? Spørsmålet kommer egentlig i forlengelsen av relativismeproblematikken som den epistemologiske vendingen bidro til. Istedenfor å spørre som en realist eller empirist om hva som finnes, reformuleres fokuset til hva vi kan vite noe om. Dette har hatt betydning for de teoretiske vinklingene og fremveksten av betydningen av kultur, språk, diskurser etc i samfunnsvitenskapene. Men det er også relevant i

problematiseringen av forskeren og forskningsemne. Dette er også relevant for metoden: hvordan kan vi få gode data?

Mannheim forsøkte å løse (eller kanskje unnslippe?) kunnskapssosiologiens totale ideologibegrep, som han selv formulerte, ved å gi forskningsfellesskapet innpass i en objektiv høyere sfære som muliggjør en perseptuell objektivitet (Andersen 2000: 492). Berger og Kellner (1982) etablerte et skille mellom ”er” og ”bør” og skriver seg inn i en fortolkende tradisjon etter Weber og Schütz. De mener det er mulig å skille mellom hva som finnes og hva forskeren mener burde finnes. Ikke at forskeren da ikke har interesser og verdier som former emnet det forskes på, men at det eksisterer en relevansstruktur (en slags vitenskapelig objektivitet) som forskeren kan innta ved å sette sine egne verdier i ”parentes”. Merton (1968) forsøker seg med det samme ved å formulere et vitenskapelig ethos,<sup>11</sup> hvor forskningen er styrt av noen grunnleggende normer som muliggjør en form for vitenskapelig objektivitet.

Det er for øvrig et viktig skille mellom den amerikanske (Merton og Berger) og den europeiske (Mannheim) tradisjonen, ved at den amerikanske kunnskapssosiologien skiller epistemologien fra empirien, altså opphavskontekst og gyldighetskontekst, og således kan sies å være en trivialisering av det opprinnelige kunnskapssosiologiske prosjektet til Mannheim (Enebakk 2002, 1-2). Den norske filosofen Skjervheim (1973), er enig i denne kritikken, men mener at det er filosofien, som er eneste løsning på relativismen.

I dette metodekapitlet legges det til grunn at Enebakk (2002, 1-2) har noe for seg, og at det i motsetning til Skjervheims (1973) ønske om at problemet krever en transcendentalfilosofisk løsning også bør være ønskelig og mulig å problematisere dette innenfor en sosiologisk referanseramme.

La oss derfor begynne med å se nærmere på hvordan denne problematikken kan behandles innenfor en sosiologisk referanseramme.

### **Biografi, subjekt, interesser og objektivering av objektiveringen**

Gitt kunnskapssosiologiens gyldighet, vil forskerens plassering være bestemmende for analysen av et sosialt fenomen. Relasjonen blir gjerne formulert som et subjekt – subjekt forhold (Skjervheim 1963) med andre ord at forskeren også er historisk og sosialt situert.

---

<sup>11</sup> De fire normene er: universalism, communism, disinterestedness og organized skepticism (Merton 1968: 604-615).

En måte å inkorporere denne innsikten på er ved å problematisere seg selv som forsker og subjekt ved å vise viktigheten av å forsøke å gjøre seg bevisst sin egen biografi i fortolkningen av andre subjekter (Seljestad 2005, 2).

Oppgaven er derfor knyttet opp til et refleksivt ideal: *"Refleksjon handler om å fundere rundt forutsetningene for sin aktivitet, å undersøke hvordan personlig og intellektuell involvering påvirker interaksjonen med det som det forskes på"* (Alvesson og Sköldbberg 1994: 321).<sup>12</sup>

Bevisstgjøring rundt sin egen biografiske bane blir kanskje særlig relevant når en står ovenfor aktører i et politisk felt som Adbusters. Spørsmål som derfor hele tiden må stilles er blant annet: hvor står jeg i forhold til Adbusters? Forsøker jeg her å utvide min forståelse av Adbusters eller bedriver jeg en eller annen form for legitimering eller delegitimering av prosjektet deres som kan tilskrives min egen biografi? Gir jeg de egenskaper de ikke har? Overser jeg elementer jeg misliker? Forsterker jeg faktorer jeg liker? osv.

Den biografiske refleksjonen kan vi si forsøker å bryte, eller unngå å få, *interesser i* spillet en beskriver, og isteden forsøke å foredle en *interesse for* det spillet en analyserer (Bourdieu og Waquant 1995: 243, Bourdieu 1996: 131-148). På den annen side må ikke dette tolkes som om handlingen er interessefri. I dette tilfelle er det heller slik at det akademiske feltets relative autonomi fra de politiske, økonomiske og klassespesifikke spillene, gjør at det til en viss grad er mulig å ha en akademisk interesse som ikke er reduserbar til andre spill. Analysen av Adbusters er derfor forhåpentligvis ikke direkte uttrykk for eksempelvis mine politiske standpunkter. Det er allikevel ikke snakk om en interessefri handling. Isteden kan det sies at analysen i større grad er formet ut fra at investeringen i tid i hovedsak har skjedd i det akademiske feltet (å utvikle perspektiver som anses som gode i den sosiologiske tradisjonen jeg skriver under som i sin tur muliggjør ønsket om å få gjennomført mastergraden, og videre akademisk anerkjennelse i form av en karakter osv). Vi kan anta at jakten på god kunnskap er en sentral side ved det akademiske feltet. Videre er dette en masterfagsoppgave som forutsetter en rekke formmessige krav til innholdet og analysen av kasuset, både i forhold til tidsaspekt, forskningsressurser, hva som forventes, lengden på oppgaven, hvem det skrives for og til hvilket formål.<sup>13</sup>

---

<sup>12</sup> Min egen oversettelse.

<sup>13</sup> Alt dette er med å forme analysen av kasuset. Som en oppklarende analogi kan vi for eksempel ta utgangspunkt i vannmetaforen, hvor vannets vei fra springen til glasset presser samme innhold inn i ulike former.

Men sosiologien har samtidig også sin egen sosiologi. Vi kan utvide den biografiske selvransakelsen ved å ta utgangspunkt i Bourdieu og Waquant (1995) som ønsker en objektivisering av det objektiviserende subjektet. Dette mener de er noe forskeren selv bør gjøre, men som også tilhører hele det forskningsfellesskapet en inngår i (Bourdieu og Waquant 1995: 46). For denne oppgaven gjelder det da å utvide refleksjonen til å også reflektere over den posisjonen jeg selv har i det feltet jeg befinner meg innenfor (har interesser i).

Den epistemiske refleksiviteten kan analyseres ut fra tre elementer som styrer vår førforståelse: forskerens eget opphav, forskerens posisjon i det akademiske feltet og den intellektualistiske førforståelsen (Bourdieu og Waquant 1995: 44; se også Smith 1989, 1990).

Jeg kommer fra Bekkestua rett utenfor Oslo, med en familie hvor far har høyere utdanning (”tilfeldigvis” sosiologi). Jeg gjennomfører studiene i Oslo på Blindern. I forhold til kasuset er det også relevant å nevne at jeg ikke selv har vært aktiv i noen politiske organisasjoner, men at jeg samtidig har et i utgangspunktet positivt, men utvendig, syn på de fleste organisasjoner og grupper som handler ut i fra et kritisk sosialt engasjement.

Videre er det relevant å trekke frem min sosiale rolle i academia. Som masterstudent befinner jeg meg i en marginalisert posisjon rent akademisk med tilhørende begrenset akademisk kapital (både rent teoretisk, men også med den tilhørende tittelen). I så måte befinner jeg meg i en dominert posisjon, delvis underkuet og ydmyk ovenfor autoritetene på feltet (både de skriftlige kildene, men også instituttets professorer og veilederen som jeg forholder meg til). I posisjonen ligger også en utfordrerrolle latent, men dette gjelder nok i liten grad i mitt tilfelle. Masteroppgaven vil nok neppe leses som et forsøk på å posisjonere meg ved å bryte fagnormer eller som kritikk av autoriteter for å selv skaffe meg en posisjon.<sup>14</sup>

Tilslutt gjelder også viktigheten av å forstå at den intellektualistiske førforståelsen (her: teorier om sosiale bevegelser) og ens teoretiske preferanser (indoktrineringen av en sosiologisk habitus fra Blindern) former subjektet. I forlengelsen av dette er det også relevant å aldri la objektiveringen (masteroppgaven) få en annen status enn hva den er: en omgjøring av den praktiske logikken i feltet til en vitenskapelig logikk. Disse er ikke ekvivalente, men tilhører ulike nivåer (Schütz 1964, Bourdieu 1990, Melucci 1996). Vi kan låne et sitat fra

---

<sup>14</sup> En kort skissert objektivisering av objektiveringen inspirert av Lennart Rosenlund (2001, 2).



Melucci som formulerer dette på en tydelig måte: *"(...) the concept of social movement, (...) are always objects of knowledge constructed by the analyst; they do not coincide with the empirical complexity of the action"* (Melucci 1996: 21).

### **Kvadrohermeneutikk: tolkningens ulike nivåer**

I tråd med Alvesson og Sköldberg (1994) trenger refleksiviteten også å inkludere hvordan tolkning foregår på fire metateoretiske nivåer samtidig (om en i ulik grad) som ikke er reduserbare til hverandre. Et forskningsprosjekt kan således sees på som en form for "kvadrohermeneutikk". De ulike nivåene de trekker frem er:

1) Grounded Theory som er det empirinære nivået, hvor en er opptatt av selve den empiriske innsamlingen (Glaser og Strauss 1967, Corbin og Strauss 1990). Dette går også over i mer konkrete diskusjoner om kildekritikk som det legges stor vekt på i historiefaget og skille mellom levninger og beretninger, 1. og 2. håndsberetninger osv (Kjeldstadli 1999). Dette nivået var særlig relevant i innsamlingen av data.

2) Det neste nivået er det hermeneutiske, som også omgir hele forskningsprosessen som kan beskrives som et forsøk på en sammensmeltning av horisonter (mening/livsverden) mellom forsker og subjekt, hvor delene hele tiden leses ut fra et helhetsbilde, som i sin tur justeres i tråd med de nye deler som kommer til. Det er ulike hermeneutiske idealer som spenner seg fra Heidegger, Gadamer og Ricoeur, men også marxistisk ideologianalyse og jakten på "skjulte" meningssammenhenger, tilhører dette tolkningsnivået. Mye av denne oppgaven befinner seg langs dette nivået ved å forsøke å nøste opp meningssammenhenger som de ulike empiriske bitene inngår i.

3) Det tredje nivået har de kalt Kritisk teori etter inspirasjon fra Frankfurterskolen. Her kommer de politiske og ideologiske aspektene inn, og hvordan forskeren selv besitter ulike interesser som former subjektet. Nivået er også langt mer teoretisk og makroorientert, og ønsker gjerne brudd med tatt-forgittheter i feltet ved å fokusere på samfunnsstrukturer. Dette nivåets konsekvens for forskerarbeidet har vi allerede berørt i dette metodekapitlet. Ellers er makroperspektivet som trekkes inn i analysen av Adbusters, en måte hvor dette nivået inkluderes i oppgaven.

4) Det siste nivået omhandler mer postmodernistiske erkjennelser, og tar for seg hvorvidt vi kan vite noe om virkeligheten, og autoritetsproblemer ovenfor subjektet. Nivået åpner også for en problematisering av forskeren som selv må anses som styrt av diskurser. Som beskrevet innledningsvis legger vi til grunn at det blir for metodisk enkelt å skille

mellom "er" og "bør". Dette skyldes blant annet dette nivåets epistemologiske fundament. Dette metodiske skillet overser at valg også kan sies å tilhøre et mer uoversiktlig diskursivt plan, og dermed ikke reduserbart til et logisk nivå (Nilsen 2003.1: 40, 42). Nivået er ikke selv en del av analysens begrepsapparat, men er nevnt som en viktig begrensning ved rammeteorien som denne oppgaven benytter seg av.

Resultatet av det som er lagt frem til nå er klargjøringen av den refleksive og perspektivistiske forankringen som ligger til grunn for oppgaven. I dette ligger det en antagelse om at masteroppgaven er et produkt av forskerens valgte teorier som bidrar til å forsterke visse trekk ved Adbusters. Ulike perspektiver og teorier vil legge vekt på ulike sider ved det sosiale fenomenet Adbusters. Konsekvensen av perspektivisme er ikke relativisme, men at det er viktig å ikke låse seg fast fordi ulike ståsteder, teorier og interesser gir ulike bilder og fortellinger om det samme kasuset. Her i oppgaven er dette tydeliggjort ved å trekke frem hvordan ulike aspekter ved kasuset med tilhørende valgte teoretiske begreper gjør at vi kommer frem til visse forståelser og forklaringer.

### **Dobbelthermeneutikk og forholdet mellom sosiale bevegelser og samfunnsforskning**

Det siste som skal trekkes frem før vi går over på de mer konkrete og praktiske avveiningene gjelder en mer konkret side ved tolkningsarbeidet.

En av kritikkene mot "kollektiv oppførsel" paradigmat som var ledende frem til RM og senere PPT og NSM skulle overta som de viktigste teoriene om sosiale bevegelser, var at paradigmat anså sin egen kunnskap som overlegen dem de forsket på. Dette forandret seg særlig fra 60-tallet både fordi det postpositivistiske paradigmat ikke tillater tolkningsmonopol, hvor forskeren skal overgå subjektet den beskriver (Melucci 1996: 388), men også på grunn av sosiale forandringer hvor det ble vanligere at det innenfor sosiale bevegelser selv ble benyttet vitenskapelige teorier og hvor mange aktivister ble akademikere og mange akademikere selv var tilknyttet bevegelsene (Jamison og Eyerman 1991).

En av konsekvensene dobbelthermeneutikken presiserer er hvordan den vitenskapelige kunnskapen som blir konstruert om samfunnet virker tilbake på feltet den i først omgang forsøkte å beskrive (Giddens 1984). Dette er en mulig egenskap ved all forskning (vel å merke hvis den blir kjent utover den vitenskapelige konteksten den oppstod i). I mitt arbeid med sosiale bevegelser synes det som en særlig relevant tematikk å inkludere i den refleksive prosessen, fordi de sosiale bevegelsene ofte selv benytter seg av den

kunnskapen som vitenskapen har produsert om samfunnet.<sup>15</sup> Dette muliggjør blant annet påstander som at marxistisk teori ikke lenger er god til å beskrive sosiale bevegelser, fordi mange av dagens sosiale bevegelser selv ikke baserer seg på et tradisjonelt marxistisk perspektiv.

Derfor er det også viktig å være klar over at det å gjenfinne vitenskapelige begreper hos subjektet er noe annet enn vitenskapelighet og bekreftelse av en teoris gyldighet. Eller omvendt, som hos Elden (2004), et gyldighetsbevis på Adbusters sannferdighet.

Adbusters er ikke en forskningsgruppe, men kollektiv aktør som beskjeftiger seg med ulike politisk-kunstneriske virkemidler. Dette gjør ikke Adbusters til noe gyldig eller ugyldig, men praksisen må beskrives som noe annet. Å avdekke Adbusters bruk av teorier om ideologi, klasse, symbolsk vold osv er ikke et tilstrekkelig bevis på disses gyldighet som en sannhet om de sosiale forholdenes karakter<sup>16</sup> (som i sin tur bekrefter ulike teories riktighet eller motsatt Adbusters legitimitet fordi de benytter seg av ”riktige” teorier). Istedenfor kan de sees på som elementer de benytter seg av i sin kunnskapsproduksjon for å konstruere relevant kunnskapen ut fra den situasjon de er i og legitimere sin egen posisjon i det sosiale feltet de befinner seg i og handler innenfor.

## 3.2 Om design, fremgangsmåte og empiri

### Forskningsdesign

Det som er behandlet til nå er relevant, men delvis abstrakt og ”usynlig” i oppgaven. Her skal vi gå over til de mer konkrete og praktiske valgene som er gjort.

Problemstillingene i oppgaven fokuserer på både forståelse og forklaring av fenomenet Adbusters,<sup>17</sup> særlig ved å forsøke å fange den meningen som ligger i feltet. Dette skyldes at det er lite forskning på emnet som i sin tur har gjort at det kvalitative designet synes mest fornuftig.

---

<sup>15</sup> Se eks Sandberg (2003) som lar akademiske teorier danne basis for diskursene Attac i Norge benyttet seg av.

<sup>16</sup> Jf utsagnet om at det at det blir snakket om klasser er noe annet enn et bevis på en teori om klasser eller at disse eksisterer, og uansett sier det ikke noe om hvordan disse produseres og reproduseres.

<sup>17</sup> Forståelse og forklaring kan sies å utgjøre to komplementære sider av tolkningsprosessen (se for eksempel Ricoeur (1992)).

Dette har hatt konsekvenser for min design som kan betegnes som flytende (Ragin 1994: 74-5), i den forstand at innledende ideer har blitt byttet ut under veis eller gjort om på i møte med det empiriske materialet og de mer generelle teoretiske perspektivene som foreligger innenfor det teoretiske feltet om sosiale bevegelser.

Spørsmålene har blitt snudd og vendt på flere ganger, avhengig av funn og de ulike teoriene som har blitt forsøkt knyttet opp til disse funnene. Hele prosessen med dette flytende kvalitative designet har gjort at spørsmålene aldri har vært mer en delvis formulert. De kvalitative metodeseminarenes klisjé er dermed også blitt en autentisk erfaring: problemstillingene er det siste som kom på plass. Dette er også designets fordel, som gjør det mulig å forandre innledende spørsmål ettersom teorier og data etter hvert kommer på plass.

Ragnvald Kalleberg (1996) skiller ulike forskningsopplegg ut fra hva slags forskningsspørsmål en stiller. De kan være konstaterende, vurderende eller konstruktive. Denne oppgaven må nok først og fremst sies å basere seg på konstaterende forskningsspørsmål. I dette ligger det en interesse for å klargjøre et sosialt fenomen (Adbusters), noe som krever redegjørende svar om hvorfor noe er som det er.

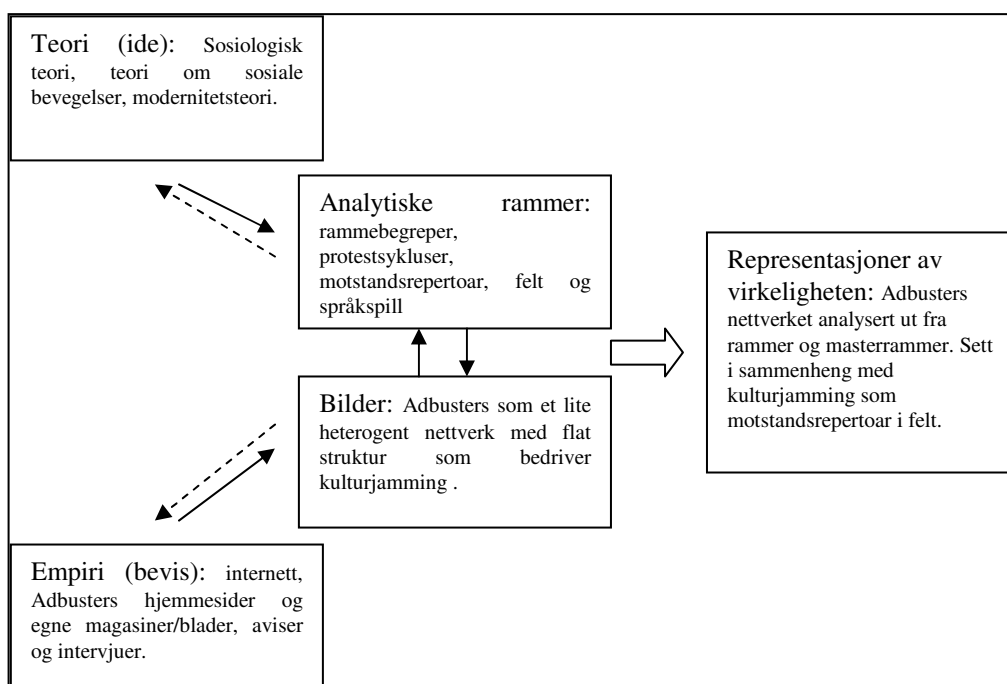
En metafor som kan beskrive forskningsprosessen er å se på det som et detektivarbeid, hvor oppgaven har form som en detektivroman.<sup>18</sup> Noe har skjedd: en gruppe som kaller seg Adbusters har etablert seg i Norge og bedriver kulturjamming. Men hva det er, hvorfor og hvordan, er det mysteriet som denne oppgaven forsøker å løse.

### **Metodologi**

Selve fremgangsmåten er basert på Ragins beskrivelse av forskning som en form for retroduksjon (Ragin 1994: kap 3). Dette perspektivet forsøker å ta høyde for hvordan forskningspraksisen samtidig er induktiv og deduktiv. Med andre ord en gjensidig dialog mellom empiri (bevis) og teori (ide). Rent skjematisk kan dette fremstilles på følgende måte:

---

18 En metafor lånt av Asplund (1970, i Alvesson og Sköldbberg 1994: 363)



Figur 1. (Basert på Ragin (1994: 57)).

Som det går frem av oppgaven har teorien som er lagt til grunn fått verdi som analytiske verktøy. Dette betyr at de har blitt brukt som hjelp til å dekonstruere Adbusters ved å trekke ut visse aspekter. Faren med denne tilnærmingen er i den grad den nedtoner idealet om å skape teori, isteden kun underbygger den teorien som de analytiske kategoriene utgår fra. Dette er forsøkt unngått ved å benytte ulike teorier eklektisk der dette anses som mer treffende for kasuset, justert opp mot bildene fra det empiriske materialet. Dermed justeres også teorien slik at den kan stemme bedre overens med Adbusters virksomhet enn det som det antatt første teoretiske utgangspunktet kunne tilby.

Selve arbeidet med denne oppgaven kan sies å være utformet i en dialog mellom de analytiske rammene og empiriske bildene. De teoretiske ideene om fenomenet er med på å avgrense blikket, forsterke og forklare visse sider og bidra til å gi en større teoretisk sammenheng. På den andre siden finner vi bildene som utgjør de mer beskrivende elementene av oppgaven. Her utdypes det hvordan fenomenet fremtrer, som delvis henger sammen med de valgte teoretiske begrepene, men som også kan sies å ha kommet frem mer induktivt. Dialogen sørger for at det foregår en prøvende prosess mellom disse to sidene, hvor målet er å tilpasse disse til hverandre for å bedre forståelsen av Adbusters og få frem noe som kan være interessant om kasuset (for et praktisk eksempel se Album (1996: 108-116)). Resultatet av dette danner en representasjon av Adbusters som i Ragins metaforer er

en sammensmeltning av de ulike bildene som er tatt og de teoretiske perspektivene som rammer inn bildene.

### **3.2.1 Det praktiske arbeidet**

#### **Hovedmateriale: tekster**

Som kildemateriale er det skrevne tekster som utgjør hovedgrunnlaget. Jakten på empiri startet med avissøk på A-tekst den 12.09.05. Disse avisartiklene utgjør en viktig del av materialet. Et problem med elektroniske lagringsplasser for avisartikler er at de ikke nødvendigvis lagrer artiklene i sin fulle lengde. Dette gjelder ikke A-tekst. Jeg valgte å søke i hele databasen ved hjelp av søkekriteriet "Adbusters", som gav flere hundre treff. Noen aviser gav mange treff for eksempel den venstreideologiske avisen Klassekampen. Men også den mer konservative Aftenposten, Dagbladet med sin kulturelle profil og Dagsavisen med sin antitabloide profil gav en del treff. Kanskje mest overraskende var det at økonomiavisen Dagens Næringsliv var representert med flere interessante treff.

Dessuten har Adbusters en egen hjemmeside, hvor det er mulig å finne egenproduserte artikler og importerte artikler fra andre kulturjammere og likesinnede. Det har også vært mulig å finne skriftelige kilder som ikke er i "bytes" som deres norske egenproduserte magasiner og tidsskrifter (som Vreng og VB).

Som bakgrunnskunnskap har Kalle Lasn egen bok om kulturjamming "Culture Jam" (Lasn 2000) vært viktig som en innfallsport til emnet, men også andre kulturjammere som opererer med nettsteder (eks [www.sniggles.net](http://www.sniggles.net)). Inn her faller også alle de andre gruppene som kaller seg Adbusters og som har opprettet egne hjemmesider.

Videre ble det raskt klart at mye av stoffet som ble funnet hos den norske gruppen består av andre artikler fra andre adbustersnettverk og kulturjammere, særlig fra utlandet. Det har dermed vært viktig å utvikle en konsekvent strategi i hvordan en skal forholde seg til disse tekstene. Vi kan spørre oss om det skyldes mangel på egne ressurser eller at den internasjonale vinklingen og inspirasjonen er viktig i utviklingen av gruppens egne forståelsesrammer. Begge tolkningene er nok relevante. Men fra et metodisk ståsted har det vært en utfordring i forhold til det å skille mellom Adbusters i Norge, som har vært utgangspunkt for oppgaven, og andre adbusters og kulturjammere generelt. Den kommunikative flyten over nasjonale grenser, særlig gjennom internett er sentral hos

Adbusters, både til kommunikasjon og koordinasjon gjennom email innad og kommunikasjon utad. Meningshorisonten (et forsiktig uttrykk for en ideologisk grunnbase for et på mange måter heterogent nettverk) fremstår derfor i relativt stor grad som formet i interaksjonen med aktører som også befinner seg utenfor nettverkets geografiske grenser. Vi finner med andre ord en stor grad av intertekstualitet på tvers av landegrensene, direkte og indirekte.

Vårt kasus kan derfor ikke avgrenses klart gjennom det skriftlige materialet. Samtidig er Oslonettverket en forholdsvis autonom gruppe, som diskuterer og rasjonaliseres ut fra en særegen kontekst (sosialt, kulturelt og politisk), og som er opptatt av konkrete saker i nærmiljøet med en egen ressursbase primært basert på de som er aktive i nettverket (liten grad av penger og materielle ressurser). Meningsrammene kan derfor ikke deduseres fra andre kulturjammere.

Valget har falt på at det er mulig å behandle noen av de utenlandske bidragene som representative uttrykk for vårt kasus, dersom de har blitt brukt av den norske grenen, fortrinnsvis på hjemmesiden og i magasinet "Vreng" som et ledd i deres egen diskusjon og kunnskapsproduksjon.

### **Foreliggende materiale**

Det finnes også noe materiale om Adbusters som er brukt i denne oppgaven. Blant annet beskriver Naomi Klein både kulturjamming og Adbusters i "No Logo" (2002). Den engelske versjonen av Wikipedia har noe relevant stoff. Heath og Potter (2005) har også kommet med en hel bok ("The Rebel Sell") som tar opp "motkultur", hvor den canadiske hovedgrenen av Adbusters blir behandlet spesielt. Selv om en del av premissene i denne boka er fruktbare er det teoretiske perspektivet disse skriver ut fra, rasjonelle valg teori,<sup>19</sup> og konklusjonen ikke i samsvar med det perspektivet som ligger til grunn for denne oppgaven. Av norsk forskning på området, foruten en del mellomfagsoppgaver, har Eva Veronica Elden (2004) skrevet en hovedfagsoppgave som tar for seg Adbusters, som tilbyr en del gode empiriske beskrivelser. Men det er vanskelig å vite hvor Adbusters begynner og hun slutter (har hun gått "Native"?), og hvorvidt det er den norske eller Adbusters generelt som analyseres. Muligens kan den beskrives som en form for aksjonsforskning. Samtidig brukes samfunnsvitenskapelig teori,

---

<sup>19</sup> Videre finner jeg en del av deres teoretiske grunnlag i overkant eklektisk ved å inkludere en del teoretiske perspektiver som er epistemologisk inkonsistente med deres RAT fundament.

som en form for legitimering av Adbusters prosjekt i den grad disse teoriene står i stil med Adbusters egen ideologi, noe jeg anser som en lite fruktbar strategi for å utvikle forståelse omkring kasuset.

### **Intervju**

Intervjuene ble gjennomført i forbindelse med avslutningen av arbeidet. Dette som en konsekvens av den forskningsstrategien som var valgt, hvor hovedmaterialet skulle komme fra tekster.

Intervjuformen som ble valgt kan beskrives som det Jette Fog kaller den profesjonelle samtalen. Intervjuguiden var derfor stikkordsmessig og mer veiledende, og ikke ment som en rigid struktur for hvordan samtalen måtte forløpe seg. Denne typen intervju baserer seg i stor grad på samtakens fortrolighet som et middel for å få god empiri om Adbusters som kollektiv aktør (Fog 2001: 63-4). En slik formålsrasjonalitet har sine etisk betente sider ved at den utnytter fortroligheten som middel for egne interesser. Dette valgte jeg å løse ved å gi uttrykk for egne intensjoner innledningsvis ved å gi en viss innsikt i hva som var hensikten og utgangspunktet for intervjuene.

Intervjuene ble gjennomført i henhold til prinsippene om metning (avsluttet når nye informanter ikke lenger kom med noe nytt), snøballeffekten (få videre innpass i feltet ved å få informanten til å foreslå andre informanter), og tilslutt var prinsippet om nøkkelinformanter viktig i denne prosessen fordi intervjuene i større grad var ment som justerende empiri til de eksisterende skriftelige kildene. Jeg ønsket derfor noe få, men sentrale aktører som ble ansett som kompetente av feltet selv. Denne seleksjonen lot jeg feltet gjøre selv ved å spørre om anbefalinger av andre de mente jeg burde ta kontakt med. Ut fra dette forsøkte jeg å få til en viss spredning i gruppen slik at informantene representerte en viss bredde med hensyn til hvor lenge de hadde vært aktive, i kjønn, hvilke arbeidsoppgaver de har hatt, i tillegg til å få intervju med noen som ikke lenger var aktive.

Utvalget av informanter, fire i alt,<sup>20</sup> er gjort fordi de representerer den delen av gruppen som har vært mest aktive og påtatt seg mest ansvar. I så måte kan en stille spørsmålstegn ved representativiteten. Hvis intervjumaterialet hadde utgjort hovedgrunnlaget

---

<sup>20</sup> Var i kontakt med, og ble henvist til noen flere, men en dukket ikke opp, en annen var ikke tilgjengelig før etter jeg hadde avsluttet intervjurunden og noen valgte jeg å ikke snakke med fordi deres kunnskap om feltet lå på siden av mine problemstillinger.



kunne det for eksempel vært på sin plass å ta kontakt også med folk som har vært mindre aktive og sentrale for nettverket.

Fordelen med å ta med intervjuer som kildemateriale var den korreksjonen som dette gav de bildene som var utledet fra tekstene. Mye interessant ved nettverket er ikke mulig å lese ut fra tekstmaterialet som diskusjoner innad, hvordan Adbusters startet, grunner til å delta, praksiser i nettverket osv. Dette gjorde det lettere å få øye på identiteten hos Adbusters nettverket i Oslo som kan skille dem fra grupper som bedriver kulturjamming.

Som en alternativ forskningsstrategi kunne det hatt sine fordeler å ha noen intervjuer helt i starten av forskningsprosessen. For deretter å fokusere på de skriftlige kildene, og avsluttet med en intervjurunde til. Muligens ville dette gitt en annen vinkling av Adbusters, og en mer deskriptiv oppgave enn dette har blitt. Anser for øvrig at den forskningsstrategien som er valgt har sine fordeler ved at den trolig bidro til at det har vært lettere å søke forbindelser og forklaringer som også går utenfor de grensene som feltet (de aktive i Adbusters) selv har trukket opp.

### **Hvordan har det empiriske materialet blitt analysert?**

Tolkningen som ligger til grunn for kildematerialet er en form for innholdsanalyse. Det betyr at det antas at kildene behandles som om de kan si noe om virkeligheten, analysen leter særlig langs aktørenes konstruerte narrativer og meninger. Dette står i motsetning til en diskursanalytisk tilnærming som vil fokusere på hvilke diskurser som former tekstene, eller en konstruktivistisk analyse som eksempelvis kunne tenkes å behandle det empiriske materialet som et uttrykk for ulike representasjoner av selvet i de situasjonene empirien samles (eks selvpresentasjonen ved intervjusituasjoner).

Arbeidet med data fra A-tekst kan gi et eksempel på hvordan dette foregikk i praksis. Søket ble først selektert etter relevans (i mange av treffene var bare ordet Adbusters nevnt). Når dette var gjort startet den tematisk grovinndelingen med å kategorisere stoffet inn i ulike bolker avhengig av hva de omhandlet. Her kom de første empiriske kategoriene på plass som for eksempel inndeling i artikler og kronikker som var skrevet av Adbusters selv på den ene siden og kritikk og beskrivelser fra utenforstående aktører utenfor nettverket på den andre siden.

Herfra dannet de første "bildene" seg, som senere ble utbrodert med andre empiriske kilder som internett, Adbusters egne magasiner og til slutt intervjuer for å få tydeligere bilder.

Parallelt med denne innhenting startet prosessen med å velge ut ulike teoretiske rammer som kunne tydeliggjøre de empiriske bildene, og tilby empirisk brukbare analytiske begreper. Dette analytiske blikket, som etter hvert ble klarere, bidro også til et fokus på visse aspekter ved materialet (som eksempelvis rammer og motstandsrepertoarer).

Også for tekstene går det an å beskrive prosessen som basert på prinsippene om metning, snøballeffekt og nøkkelinformanter. Dette må for øvrig omformuleres da dette dreier seg om skrevne tekster. 1) Vi kan si at den empiriske innsamlingen opphørte da stoffet ikke lenger gav særlig grad av ny mening til kasuset, 2) en tekst gav ofte spor og referanser til hvor det var mulig å lete videre. Dessuten anså jeg 3) noen tekster som mer sentrale enn andre. Dette baserte jeg blant annet på hvem som hadde skrevet det, både på bakgrunn av mengden de hadde produsert eller hvor ofte de var blitt referert til av andre.

Det finnes en rekke måter å problematisere aviser som kilde på. En måte er å se på det som en sjanger. Sjansene for komme i avisen er større hvis hendelsen er negativ, oppsiktsvekkende, forståelig, at liknende sak allerede har blitt dekket, tilgangen til bilder etc. Formen gjør at sakene presenteres på en bestemt måte, og samtidig at det bare er noen saker som får nyhetsstatus (Thwaites, Davis & Mules 2002: 100-104). I arbeidet med avisartiklene har det også vært viktig å skille mellom 1. og 2. håndsberetninger, hvor 1. håndsberetningene har forrang i de tilfellene synspunkter eller faktareferanser i materialet ikke stemmer overens. Hvem sier det? Og hvem har produsert materialet? For eksempel vil teksten være konstruert av noen fra Adbusters (som adressent) hvis teksten er en kronikk, og følgelig måtte tolkes på en annen måte.

Det er også på sin plass å nevne noen feilkilder med bruk av aviser som empiri som er relevant for det konkrete kasuset Adbusters. Adbusters har lenge lagt vekt på å være et delvis skjult nettverk. De som uttaler seg i media er derfor ikke nødvendigvis representative for de andre grupperingene innenfor nettverket som i større grad forsøker å opprettholde dette idealet og holder seg utenfor medias søkelys. Dessuten har gruppen ingen fast ideologi. Meningene som empirien avdekker har derfor trolig mindre kontinuitet og konsensus for vårt kasus, og spørsmålet om representativiteten i et utsagn vil derfor være vanskelig å avgjøre.

---

### 3.3 Oppsummering

Dette kapitlet innledet med en del generelle betraktninger rundt det å tolke. Her så vi på en del kunnskapssosiologiske premisser, som er nødvendige å bake inn i den refleksive prosessen som skal foregå parallelt med tolkningsarbeidet. Dette problematiserte vi både ut fra egen biografi og forhold til feltet det observeres i og feltet den vitenskapelige produksjonen går ut fra. Videre kom en kort beskrivelse av hvordan objektiveringen av objektiveringen kan foregå.

Deretter tok vi opp kvadrohermeneutikken, som beskriver fire ulike og delvis epistemologisk uforenelige analysenivåer innenfor samfunnsfagene som alle er interessante og relevante for forskningen, men som vektlegger ulike sider ved kunnskapskonstruksjonen.

I siste del av kapitlet så vi nærmere på noen av de mer konkrete valgene som er gjort, med henhold til hvilke design som ble valgt, og en del beskrivelser omkring det empiriske materialet og tolkninger, samt noen av de seleksjonskriteriene og praksisene som ble utformet underveis.

Nå som oppgavens problemstillinger, teori og metode er gjort rede for, er det på tide å bevege seg til selve analysedelen av oppgaven. Vi starter med en beskrivelse av Adbusters.

## 4. En beskrivelse av Adbusters

I dette kapitlet skal vi se nærmere på noen av det arbeidet Adbusters har gjort, og hvordan de er organisert. Vi begynner med en generell beskrivelse av gruppen ut fra tre sentral aspekter som har konsekvenser for den videre analytiske inndelingen som oppgaven baserer seg på.

### 4.1 Adbusters delt inn i 3 aspekter

I Norge kom Adbusters først på banen i mer indirekte form. "Fremtiden i våre hender" (FIVH) lånte Adbusters kampanjen "Buy Nothing Day" ("Kjøpefri dagen") i flere år i forbindelse med julehandelen (Vårt Land 22.04.99). Først i 2001 oppstod en egen Adbustersgruppe i Norge i kjølevannet av Oslo Sentrum Attacs virksomhet. I denne forbindelsen traff initiatorene Tage Wester og Sverre Gullestad på likesinnede som ønsket å arbeide mer med aksjonsformen kulturjamming innenfor mer alternative organisasjonsformer.

Selve Adbustersnavnet er hentet inn med tillatelse fra den Canadiske moderorganisasjonen. Tilknytningen for øvrig går ikke utover navnelikheten, og muligheten til å låne ideer fra hverandre.

Det er i hovedsak tre aspekter som er sentrale når man går Adbusters nettverket nærmere i sømmene. Vi kan her snakke om de sentrale aspektene ved gruppen som sørger for integrasjonen av gruppen. For det første 1) eksisterer det noen felles saker som opptar de aktive i nettverket. Av de mer sentrale sakene kan nevnes reklamekritikk, fokuset på det offentlige rom og demokratisk/dialogisk offentlighet, globale problemstillinger, mediekritikk, forbrukskritikk, økologi og en kritikk av nyliberalismen. For øvrig er det stor uenighet omkring hva som er problematikken ved disse sakene. Dette henger sammen med at gruppen mangler en felles ideologisk plattform, som er en konsekvens av et ønske om et bredt demokratisk nettverk.

For det andre 2) er det en felles interesse for metoden, i denne sammenheng primært kulturjamming. For det tredje 3) er koordineringen av arbeidet mellom de aktive i Adbusters regulert etter en nettverksmal som et normativ organisasjonsideal. Det eksisterer derfor ingen

---

form for medlemskap, bare e-postlister med e-postadressene til de som ønsker å være delaktige.

Den videre beskrivelsen og analysen av Adbusters vil konsentreres om disse tre aspektene, om enn på ulike måter og i ulik grad.

## 4.2 Hva har de gjort?

Fordi Adbusters ikke er en allment kjent gruppe kan det være på sin plass å starte med å se på noe av det Adbusters har gjort i Norge siden oppstarten.

De årlige aksjonene ”Tv-fri uke” og ”Kjøpefri-dagen” har etter hvert blitt store og tverrnasjonale protestaksjoner, og er kanskje det Adbusters er mest kjent for ved siden av logo- og reklamevrenghing. ”Buy Nothing Day” startet i Canada i 1992, og gjennomføres i dag i mer enn 40 land. I Norge gjennomføres disse i samarbeid med en rekke andre organisasjoner fra FIVH til rene miljøorganisasjoner som Natur og Ungdom og til politiske partier som Unge Venstre og KrFU (Adresseavisen 29.11.03). I forbindelse med aksjonen hører det også til at de lager plakater, deler ut alternative handlelister og bedriver ulike former for gateteater. Aksjonene er ment å fremme refleksjon og diskusjon omkring folks medie – og forbrukervaner.

Foruten disse årlige aksjonene har de også gjennomført en rekke mer eller mindre koordinerte aksjoner med reklame- og logovrenghing. Blant annet hadde de høsten 2002 en aksjon mot McDonalds reklamekampanje av den nye burgeren McAfrika hvor de gjorde om billboardenes ved å tegne inn en afrikaner i burgeren som i en snakkeboble kom med alternative navneforslag av typen ”McGreed” og ”McSult” ([www.adbusters.no/nyhetsarkiv.htm](http://www.adbusters.no/nyhetsarkiv.htm)). I juni samme året var Adbusters også aktuelle i forbindelse med ABCDE-møtet som ble holdt i Oslo. I sammenheng med demonstrasjonene som ble avholdt mot møtet, utgav Adbusters sin egen avis VB (Verdensbankning), med layout som umiskjennelig lignet på den mer kjente avisen VG. Innholdet bestod av reklameherping og logovrenghing, samt kritiske artikler om makroøkonomi, politikk og institusjoner som Verdensbanken og Det Internasjonale Pengefondet ([www.adbusters.no/kampanjer/verdensbanking.htm](http://www.adbusters.no/kampanjer/verdensbanking.htm)).

Det enkeltstøttet som kanskje har gitt Adbusters mest medieoppmerksomhet var den mediehoaxen<sup>21</sup> som etter avsløringen blant annet har blitt kalt Bibelbløffen. Framstøtet kom i forbindelse med riksutstillingen ” Kunst til folket” høsten 2003, og kunstverket kunne taes i nærmere øyensyn i form av en rød bibel med den karakteristiske M-logoen til McDonalds. Selve hoaxen gikk derimot ut på å lure media til å tro at gratis reklamebibler var på vei ut til skolene. Etter å ha blitt avslørt fikk de kritikk fra både presseforbund og sentrale mediaaktører som NRK, Aftenposten og Vårt Land, som alle hadde latt seg lure (Bergens Tidende 14.09.03). Problemet de ønsket å ta opp - diskusjon om reklamens innpass i stadig flere institusjoner og samfunnssfærer - falt litt på siden av de negative reaksjonene som fulgte. På den annen side gav aksjonen nettverket en betydelig oppmerksomhet.

Den kanskje viktigste meningsskaperen og formidleren for det Oslo-baserte nettverket Adbusters er deres eget magasin ”Vreng”. Dette utkom første gang i juni 2004 (Dagbladet 11.06.04) i et opplag på 1500. Navnet spiller på metaforen om gitareffekten fuss som vrenger lyden, noe som beskriver: ”*metoden: å lage mest mulig støy mellom sender og mottaker*” (Klassekampen 08.06.04). Både nettverket i Oslo og i Trondheim har for øvrig hatt egne hjemmesider som har eksistert i flere år.

I det første nummeret tok de opp kampen mot reklameselskapene Clear Channel og JCDecaux inntog i bybildet. Disse to selskapene baserer sin virksomhet på å inngå avtaler med byer og kommuner om reklameutplasseringer på offentlige plasser i bytte mot å ta på seg visse offentlige oppgaver og tjenester. Det konkrete fiendebildet førte også til at Adbusters ble truet med politianmeldelse fra JCDecaux. Foranledningen til dette var at en av artiklene i bladet tok for seg hvordan man kunne fjerne reklameplakatene i montrene deres. Konsekvensen var at Adbusters måtte sensurere førsteutgaven i etterkant av distribusjonen for å få siktelsen frafalt (Dagbladet 23.06.04).<sup>22</sup>

Reklameutplasseringen som har kommet i kjølevannet av Clear Channels og JCDecaux inntog i Oslos gater, har etter hvert fått betydelig mediadekning. Men det begynte som en ubetydelig sak i den lokale politikken hvor kun en enslig RV-representant stilte seg kritisk til kontraktinngåelse med de to selskapene. Adbusters forsøkte å gå innom de tradisjonelle politiske kanalene ved å være med på å forfatte et innbyggerinitiativ mot avtalen

---

<sup>21</sup> En fremgangsmåte som tar sikte på å få innpass i mediene gjennom å konstruere falske sensasjonsnyheter eller på andre måter lure mediene for å få frem et budskap, og/eller kritikk av mediene generelt.

<sup>22</sup> Som en kuriosita har dette også ført til at det usensurerte nummeret omsettes for en høyere pris på ”svartebørsen” (Dagsavisen 25.07.05).

(som for øvrig ble avslått i bystyresekretariatet) (Klassekampen 10.06.05). Det er for øvrig vanskelig å gi noen årsakssammenheng mellom Adbusters engasjement og det at media og politikere etter hvert begynte å engasjere seg i konsekvensene av å la de to selskapene få ta over visse tjenester i Oslo kommune mot å få sette opp reklame. Det er få referanser til Adbusters i denne debatten. Kritikken som Francois Brune retter mot sine hjemlige journalistkolleger i Frankrike synes derfor lite oppklarende for norske forhold. I Frankrike ble dekningen av anti-reklameaksjoner et yndet trendstoff i 2003 etter noen større anti-reklameaksjoner. Kritikken Brune retter går på den overfladiske dekningen av fenomenet som forbigående mote og med dertil overfladiske beskrivelser (Le Monde diplomatique 05.04). De norske medienes dekning kan nok for øvrig først og fremst karakteriseres som minimal.

Men Adbusters går også andre veier enn å aksjonere og publisere sitt eget magasin. Våren 2005 arrangerte de for første gang en skoleturnè, kalt Jam, på en del skoler i Oppland i regi av Riksutstillingene. Her gjennomførte de todagers prosjekter i form av workshops hvor elevene selv deltok og utformet egne aksjoner. Målet med prosjektet var å gi elevene tilgang til noen av de kommunikative verktøyene som Adbusters besitter og la elevene utforme egne aksjoner basert på saker de ønsket å fremme (Aftenposten 11.04.05). Reaksjonene til prosjektet delte seg sånn omtrent på den politiske høyre-venstreaksen. Høyre og Frp synes det var galt å bruke offentlige midler på turneen (Dagsavisen 24.04.05), mens lederen i Dagbladet gjorde honnør til det som burde anses som et ledd i oppdragelsen av samfunnsbevisste og kritisk skolerte ungdom (Dagbladet 12.04.05).

## 4.3 Organisering

Adbusters kan rent organisatorisk beskrives som et nettverk med flat struktur basert på et ideal hvor alle de aktive har like mye å si med en form for demokratisk konsensus som grunnleggende verdi. Noen av de måtene dette forsøkes realisert på er ved å rotere verv, opprettholde anonymitet ovenfor media (sak ikke personfokus), ikke ha faste ledere eller ideologer, ikke konstruere en felles ideologi og å ta aktiv avstand fra tradisjonelle organisasjoner med sine hierarkiske koordineringssystemer og disses ulike mekanismer for karriereklating (i og mellom organisasjoner) etc. At de også gjerne blir karakterisert som et

skjult nettverk henger sammen med hvordan de forholder seg til omverden på, hvor sak og ikke person skal stå i fokus.

Selve koordineringen mellom de aktive foregår gjennom en felles e-postliste som går til hele nettverket. Senere har det også kommet til to distinkte e-postlister for de to prosjektene som har vart lengst: JAM og Vreng. Initieringen av nye prosjekter foregår ved at alle kan komme med forslag på den felles e-postlisten. I så måte er nettverket avhengig av at alle er aktive, både på ideutvikling og gjennomføring. Herfra utvikles ideene videre ved at andre har mulighet til å knytte seg til prosjektet, avhengig av kompetanse og interesse. På grunn av den desentraliserte strukturen foregår det mange ulike selvstendige arbeider parallelt.

Foruten de mobiliserte er ressursene i nettverket begrenset til noen domener, servere til internettpublisering og ulike hjemmesider. Rent økonomisk har de derimot ingen selvstendig kapital å snakke om.

Adbusters har også samarbeidet, og samarbeider, med andre grupper. Av de mer kjente kan nevnes FIVH, men også andre grupper som SpisDeRike, SkoleLinux, Indymedia, NAG og UKS har vært samarbeidspartnere i ulike prosjekter. I tillegg bidrar Fritt Ord til økonomisk støtte av bladet Vreng, og Nasjonalmuseet, tidligere Riksutstillinger, står bak finansieringen av JAM.

Nettopp fordi det er lite det er konsensus om innad, er det bare de aksjonene som alle i nettverket kan stå bak som kan benytte seg av Adbustersnavnet. Andre prosjekter som utføres av folk innenfor nettverket, men som ikke bifalles av alle, får derimot ikke tillatelse til å ta i bruk navnet.

Rekrutteringen til nettverket har i stor grad foregått ved å knytte seg til bekjente og bekjente av bekjente osv. Dette er det som McCarthy (1996) kaller for uformelle ikke-bevegelser og uformelle bevegelser (se kapittel 2), og tar for seg den potensielle rekrutteringsflaten som ligger i både løse vennenettverk og uformelle aktivistnettverk. Av aktive er det særlig kunstnere, designere, reklamefolk, studenter og akademikere som er å finne innenfor nettverket. Men de legger vekt på at det er åpent for alle uavhengig av ideologi og kompetanse.



### 4.3.1 Om Adbusters posisjon og det organisatoriske aspektet

Vi kan allerede her ta for oss noen forhold ved det organisatoriske aspektet ved Adbusters som kan sies å ha innvirkning på Adbusters manglende mobilisering.

Dette perspektivet legger vekt på hvordan overlevelsen for gruppen er avhengig av i hvilken grad gruppen klarer å organisere seg. Dette skjer gjennom to byråkratiske prosesser. De interne prosessene dreier seg om å utvikle en form for maktstruktur og normer (roller, bytter etc). Eksternt gjelder det å samle inn ressurser fra omgivelsene, noe som i denne sammenhengen betyr å mobilisere, eller få i gang samarbeid, med nye grupper (Melucci 1996: 313-326). Innenfor den amerikanske teoritradisjonen legges det stor vekt på nettverk, organisasjoner, allierte og penger som viktige forklaringsvariabler for kollektive aktørers utforming, suksess og varighet (Rochon 1988: 18-20).

Etter en rask vekst i starten hvor e-postlistene vokste til å telle omtrent 150 personer, ble det intendert aktive nettverket isteden en passiv e-postliste med mange navn. Noen få gjorde det meste. I dag utgjør kjernen i nettverket 15-20 personer, men så mye som opp mot 60 personer har vært involvert i flere prosjekter som nettverket har igangsatt, og kanskje så mange som opp mot 200 har vært delaktige en eller annen gang i løpet nettverkets levetid.<sup>23</sup> At nettverket ikke har klart å tilknytte seg mange aktive, må antas er være en viktig årsak til gruppens manglende suksess. Særlig fordi nettverkets viktigste ressurs i stor grad dreier seg om å mobilisere aktører som på ulike måter kan bidra med sin kompetanse til kulturjammingsprosjekter.

Et nettverk har mange fordeler i kraft av å være ustrukturert og temporært. Som en av grunnleggerne i Reclaim the Streets har formulert det: *"De multinasjonale selskapene er som enorme oljetankere, og vi er som en fiskestim. Vi kan snu fort, det kan ikke de"* (Klein 2002: 462). Samtidig gjør fraværet av en felles ideologi og vektleggingen av konsensus for å gjennomføre felles kampanjer, at Adbusters sjeldnere kan agere samlet. Og beslutninger om å gjennomføre ulike prosjekter tar nødvendigvis lengre tid når avgjørelser må diskuteres i gruppen.

Det økonomiske aspektet er også viktig. Nettverket har aldri fått økonomiske rammer som gjør det mulig å gjennomføre ideer som krever kapital. Ser man for eksempel på et mer

---

<sup>23</sup> Opererer her bare med ca. tall basert på informantenes estimater. Noe konkret tallmateriale eksisterer ikke.

kostnadskrevende prosjekt som Vreng, utgis dette gjennom gratisarbeid med støtte fra Fritt Ord til dekning av trykkekostnader.

Etter Studentbevegelsens oppblomstring på slutten av 60-tallet har mer direkte demokrati og roterende lederskap vært et forsøk på å løse de organisatoriske problemene som ikke-hierarkiske organisasjoner gir (Della Porta & Diani 1999: 160-3; Melucci 1996: 313-328). Denne typen organisering har for øvrig en del mulige problematiske konsekvenser. Når det gjelder de roterende vervene har dette for Adbusters ført til at det har vært vanskelig å få samlet ressurser i form av erfaringer og kompetanse i nettverkets ulike roller. Midlertidig akkumulasjonen av kunnskap har derfor forsvunnet idet de som har innehatt disse posisjonene har rotert videre, eller gått ut av nettverket. Samtidig er det vanskelig å unngå ulike former for opphopning av makt, hvor de som har vært lengst aktive har ervervet seg en slags kapital i form av ansiennitet, kompetanse og erfaring. Det manglende ønske om å utvikle en ideologisk plattform har også ført til at de kanskje lettere har blitt kritisert for å være overfladiske i sin samfunnskritikk, i tillegg til å ha et dårligere utgangspunkt å diskutere ut fra.

## 4.4 Oppsummering

Vi har nå gitt en innledende beskrivelse av hvordan Adbusters i Norge kan sies å være integrert ut fra en enighet som omhandler tre aspekter: noen felles saker (men ingen felles ideologi), et ønske om å arbeide innenfor et demokratisk nettverk og en interesse for å arbeide med kulturjamming.

Som en beskrivelse av nettverket så vi nærmere på hvordan de er organisert. Deretter trakk vi frem noen delforklaringer som kan si noe om hvorfor Adbusters fortsatt er en liten og marginal gruppe ut fra de karakteristikken vi fant langs den organisatoriske dimensjonen.

I neste kapittel skal vi se nærmere på det andre aspektet ved Adbusters, hva som er nettverkets deres felles saker. Analysen vil foregå ved hjelp av rammeteoriens vokabular.

## 5. Adbusters som kollektive handlingsrammer

Vi skal her, med rammeteorien som analytisk utgangspunkt, nærme oss noen av de sakene Adbusters er opptatt av. Hensikten er både å utbrodere beskrivelsen av Adbusters langs den semantiske dimensjonen (for en grafisk fremstilling av hvordan alle analysens ulike deler henger sammen, se fig.3 under avsnitt 8.1.1 i konklusjonen).

Rammeteorien (Snow m.fl. 1986; Snow & Benford 1992) kan vi si gir et utsnitt av aktørenes livsverden, ved at den fremhever visse aspekter ved situasjonsdefineringen som er sentrale for sosiale bevegelser. Hensikten er da å si noe om det tolkningsfellesskapet som Adbusters utgjør, og som lar dem reagere og handle på ytre omstendigheter som en kollektiv aktør ved at de besitter en del felles meningsrammer.

Det er to sentrale karakteristikk ved rammen som vi her skal ta i bruk. For det første består rammene av et problem, noe som fortolkes som urettferdig og umoralsk og som må rettes opp. Videre består rammen av to mer konkrete aspekter. En diagnose som sørger for å avdekke kausaliteten i skyldspørsmålet ved å plassere problemene til strukturer, prosesser eller aktører. I tillegg gis en prognose som sier noe om hvordan problemet skal løses (Snow & Benford 1992: 137).

Tilslutt skal vi se hvordan vi kan utlede enda en mulig delårsak til Adbusters marginale posisjon ved hjelp rammeteorien sin parallelliseringsbegrep.

I tabellen nedenfor er det trukket frem noen sentrale elementer som her skal omtales som Adbusters rammer. Disse skal belyses mer inngående ved hjelp av eksempler fra Adbusters egne uttalelser i media og egen tekstproduksjon. Inndelingen for utgreiningen er todelt. Først belyses det aspektet ved rammene som kalles problem og diagnosen. Deretter tar vi for oss prognosen. Disse er igjen inndelt på samme måte som tabellens to nivåer ved at de først tar for seg sammenhenger som vi her har valgt å kalle generelle/globalt og som deretter følges opp av det nivået som omhandler de konkrete/lokale sammenhengene.

Problem	Diagnose	Prognose
<i>Generelle/globale</i>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Overforbruk</li> <li>- Fattigdom</li> <li>- Naturødeleggelser</li> <li>- Livskvalitet</li> </ul>	Strukturer: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Forbrukerkapitalisme</li> <li>- Mediesamfunn</li> </ul> Aktører: kultur – og konsumindustri	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Memeforandring</li> </ul>
<i>Konkrete/lokale</i>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Reklameforsøpling</li> <li>- Privatisering av offentlige rom</li> <li>- Avdemokratisering av meningsprosesser</li> <li>- Dårligere psykisk helse</li> </ul>	Kausale mekanismer: <ul style="list-style-type: none"> <li>- reklame</li> <li>- overvåkning</li> <li>- manglende politisk vilje</li> <li>- Tematikken er uproblematiskert</li> </ul> Aktører (eks): <ul style="list-style-type: none"> <li>- McDonalds</li> <li>- Clear Channel</li> <li>- JC Deaux</li> <li>- Lokalpolitiske aktører</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kulturjam</li> <li>- Kunnskapsformidling - og opplærning</li> <li>- Debatt om problem og diagnose</li> </ul>

Tabell 2: Adbusters kollektive handlingsrammer

## 5.1 Diagnose

Diagnosen tar for seg forhold i samfunnet som er urettferdig og umoralsk eller på andre måter oppfattes som uheldig og derfor bør forandres: "(...) *movement activists attribute blame for some problematic condition by identifying culpable agents, be they individuals or collective processes or structures*" (Snow og Benford 1992: 137).

Den videre utgreiningen om diagnosen vil innebefatte det som Adbusters ønsker å ta opp som problematisk og hvordan rammene samtidig årsaksforklarer dette. Det analytiske skillet mellom problem og diagnose behandles derfor parallelt i det som her tas opp under kategorien diagnose.

La oss først se nærmere på det som faller inn under det som i tabellen kalles diagnosens generelle/globalt nivå.

### 5.1.1 Det generelle/globalt nivå: forbrukerkapitalisme og mediesamfunn

Her konsentrerer vi oss om å se på noen av de problemene som Adbusters er opptatt av. Innledningen til den første utgaven av Vreng beskriver dagens samfunn blant annet i følgende dystopiske termer som:

*"(...) et samfunn hvor de viktige spørsmålene viker plassen for underholdning – og forbrukerjournalistikk (...) at de samme selskapene som overkjører partipolitikken også kontrollerer den offentlige diskusjonen gjennom massemediene (...) På 80-tallet oppdaget vi at tegnene på at miljøet var i fare (...) Nå oppdager vi tegnene på at vårt mentale miljø er i fare"* (Vreng 2004, 1: 10).

Dette kan utgjøre et første utsnitt av noen av de negative utviklingstrendene som Adbusters ønsker å belyse og gjøre oss bevisste om. I tillegg er det på sin plass å kommentere deres fokus på det mentale miljøet som de mener lider under disse samfunnsforandringene.

Det mentale miljøet kan vi si dreier seg om vår psykologiske tilstand, som beskrives negativt ved at de ser tendenser mot en forverret livskvalitet: *"Det finnes flere tegn på at vårt mentale miljø er i fare. Angst og depresjon, spiseforstyrrelser og tenåringer som går amok med skytevåpen er alvorlige tegn"* (<http://www.adbusters.no/artikler/art4.htm>).

Rammene inneholder ikke bare problemene de ønsker å ta fatt i. Rammene inneholder også plassering av skyld i de forholdene som oppfattes som problematiske. Hvem eller hva er det så Adbusters gir skylden for disse problemene?

For å tydeliggjøre Adbusters rammer skal vi her forenkle kasusets rammer ved å konsentrere oss om to makronarrativer. Den ene er ideen om forbrukerkapitalisme/konsumsamfunn og den andre refereres gjerne til som mediesamfunn eller informasjonssamfunn.

1) I tråd med utviklingen av forbrukerkapitalismen blir samfunnet, som en av de aktive uttaler det i media, i økende grad: *"(...) et samfunn som mer og mer dreier seg om forbruk for forbrukets egen skyld"* (Adresseavisen 29.11.03). Det er særlig konsekvensene av et slikt samfunn som har negative følger. Den kausale sammenhengen som de ønsker å sette på dagsorden kan eksemplifiseres med et sitat i forbindelse med den årlige aksjonen "Buy

Nothing Day”: ”[årsak] Formålet er å sette fokus på overforbruket og kjøpehysteriet i den rike del av verden, [problem]og fokusere på dets negative følger for miljø, livskvalitet og rettferdig fordeling” (<http://www.adbusters.no/kampanjer/htm>).

2) Det neste makronarrativet som er sentralt i diagnosen er det som de kaller medie-/informasjonssamfunnet. Adbusters legger særlig vekt på måten informasjonsstrømmene lages og sendes rundt i samfunnet. I tråd med dette trekker de opp sammenhenger som er sentrale for dagens produksjonsmåte, eksempelvis slik de beskrives i en aforisme fra en av de sentrale medlemmene i Oslonettverket, Åse Brandvold:

*”Før utnyttet man arbeiderklassens arbeidskraft, nå er det arbeiderklassens kjøpekraft som utnyttes. Industriproduksjonens biprodukt var forurensingen, som hindret arbeiderne å puste fritt. Biproduktet av dagens byøkonomi er den mentale forurensingen, reklamen, som hindrer folk i å tenke fritt” (Samtiden 2004, 1).*

I mer generelle vendinger kan vi si at de er opptatt av hvordan mening oppstår og opprettholdes i samfunnet i dag. En side som engasjementet deres rettes mot er de midlene som informasjonen spres gjennom. Derfor begrunner de sin årlige ”TV-fri uke” kampanje i følgende vendinger: *”På samme måte som havet og luften er forurenset er også landskapet i våre sinn offer for stadig distraksjon og forurensning. En uke uten TV har en utrolig oppkvikkende effekt”* (<http://www.adbusters.no/kampanjer/tv-turnoff.htm>).

Den mentale miljøproblematikken viser også til hele den vestlige kulturen som et meningsproduserende kollektiv, men hvor det eksisterer en ulik fordeling blant aktører til å kunne påvirke hva som skal utgjøre vår forestillingsverden: *“Culture isn’t created from the bottom up by the people anymore – it’s fed to us top-down by corporations. Under current conditions, real debate is impossible. Real democracy is impossible. Real change is impossible”* (Lasn 2000: 189).

I dette samfunnet er det de kommersielle kreftene som har størst innflytelse. Disse strukturelle trekkene knyttes direkte opp til konkrete aktører som er delaktige i urettferdigheten og som igjen bidrar til å øke de problemene Adbusters ønsker å sette fokus på. Koblingene til store multinasjonale selskaper er derfor vanlig i fremstillingene deres, som når de trekker frem at: *”McDonalds representerer en vestlig konsumkultur som er med på å øke forskjellene og miljøproblemene i verden”* (<http://www.adbusters.no/nyhetsarkiv.htm>).

Adbusters kan derfor beskrives som en gruppe som særlig er opptatt av å tydeliggjøre hvordan medie-informasjonssamfunnets kontrollmekanismer er vel så undertrykkende som

andre maktapparater som det er mer vanlig å oppfatte som totalitære av oss (i betydningen vi i den vestlige verden). Vi kan la Kalle Lasns amerikanske versjon beskrive hva som menes med dette: *"American broadcasting isn't an Orwellian state-controlled system. It's a commercial, corporate-controlled system, but that control can be, in its own Huxley way, just as undemocratic and uncompromising as the Chinese system"* (Lasn 2000: 192).

Ser vi så begge disse teoriene, eller fortellingene, under ett kan vi si at de benyttes komplementært. For eksempel som når det fastsettes en sammenheng mellom konsumsamfunnet som en realitet og hvordan mediasamfunnets informasjonsstrømmer skaper og opprettholder betingelsene for denne, etter deres mening, samfunnspatologien.

### **5.1.2 Det lokale/konkrete nivå: reklame, kommersialisering og overvåkning**

Diagnosens konkrete/lokale nivå utgjør en betydelig del av deres kunnskapsproduksjon. Vi skal her se nærmere på noen sentrale punkter som trekkes frem som problemer og mekanismer som binder sammen enkeltindivider med de strukturelle fortellingene som allerede er beskrevet.

Reklame har vært en viktig sak for Adbusters, både som et problem og som kommunikativ kanal for deres aktivisme. De senere årene har det blant annet blitt fokusert på de to store reklameselskapenes, JC Decaux og Clear Channels, etablering i Norge. Disse selskapene har spesialisert seg på å kjøpe opp reklameplass på offentlige plasser, noe som i den kvantitative mengden og måten dette har blitt gjort på, kan oppfattes som et nytt fenomen i norsk sammenheng.

Allerede fra den spede begynnelsen ønsket Adbusters som gruppe å fremme reklamekritikk. Reklamen kritiseres særlig ut fra to aspekter: dens økende forekomst, samt ut fra at reklame i seg selv er en form for kommunikasjon med negativ effekt på mottakerne. Dette kan eksemplifiseres gjennom to sitater: (...) *at det først og fremst er kombinasjonen av reklamens speiling av idealer og den økende reklameintensiteten som kan skape uintenderte sosiale virkninger*" (Vreng 2004, 1: 44). De uintenderte virkningen kan skje ved: *"At vi flere tusen ganger hver dag får vite at vi ikke er bra nok, at det er noe vi mangler, kan ikke ha noen positiv helsegevinst. Det er på tide å innføre føre-var-prinsippet også for den mentale forurensningen"* (Samtiden 2004, 1).

Den mentale forurensingen viser både til hvordan reklame virker negativt inn på vår livskvalitet som når de hevder at: *"Ritalin er blitt vanlig hos norske skolebarn, og flere unge skader seg selv"* (Vreng 2004, 1: 10). Men også ved at denne typen informasjonskanaler gis skylden for å gi oss meningssammenhenger og behov som opprettholder et samfunn med de negative utviklingstrekk ved at: *"(...) propagandaen går det an å diskutere. Reklamen, derimot, får stå uimotsagt (...) Løsningen på dine problemer er å kjøpe"* (Vreng 2004, 1: 38). Diagnosen forsøker således å trekke opp sammenhenger på et mikro- og mesonivå mellom den: *"(...) den kommersielle infrastrukturen og folks mentalitet"* (Klassekampen 04.03.04), selv om det påpekes at de helt klare linjene ennå ikke er etablert. Det er også i en slik kontekst at følgende uttalelse kan leses: *"Vi trenger en gjennomtekning av hvordan mening og behov blir skapt i samfunnet"* (<http://www.adbusters.no/artikler/art4.htm>).

Adbusters fremstår som en urban bevegelse. Dette kommer særlig tydelig frem i måten de retter engasjementet mot kommersialisering, privatisering og overvåkning av byrommet. Byrommets utforming trekkes frem som en del av problemkomplekset:

*"Shopping har blitt vår fordømte plikt (...), Oslo sentrum ligner mer og mer på et kjøpesenter hvor bevegelse, sirkulasjon og menneskelig samhandling er basert på prinsipper om varehandel og kapitalstrøm (...), økende privatisering av det offentlige rommet (...)"* (Samtiden 2004, 1).

Det sentrumsnære Oslo fremstår dermed som et offentlig rom som har fått en utforming og arkitektur som bidrar til disiplinering av osloborgeres adferd som forbrukere. I liknende vendinger rettes også deler av kritikken mot bruken av overvåkningskameraer. Overvåkningskameraenes funksjoner virker utover dets opprinnelige intensjon, å forhindre lovbrudd,<sup>24</sup> ved at de også bidrar til å: *"(...) ekskludere uønskede individer (...). De sørger også for å bedrive indirekte og nesten umerkelig disiplinering av alle som beveger seg på offentlige plasser"* (Vreng 2004, 1: 14-15).

---

<sup>24</sup> Det kan legges til at denne overvåkningen også blir kritisert av Adbusters ut fra dens manglende negative effekt på lovbrudd.



## 5.2 Prognose

Prognosen tar utgangspunkt i diagnosen og de tilhørende problemene, men sier noe om måter disse kan løses på: *"And in the case of prognostic attribution, the Leninesque question is addressed by suggesting both a general line of action for ameliorating the problem and the assignment for responsibility for carrying out that action"* (Snow og Benford 1992: 137).

Utgreiningen vil også her foregå langs de to nivåene vi allerede har beskrevet, det generelle og det lokale nivået.

### 5.2.1 Det generelle nivået: memekamp

Adbusters trekker frem den kulturelle dimensjonen som en helt sentral ressurs i deres løsningsforslag. Dette henger sammen med perspektivet som vi allerede har behandlet i diagnosen som vi kalte medie-informasjonsamfunnet. Vektleggingen av denne fortellingens sentralitet for dagens samfunn, og dens perverterte form, danner retningen for prognosen. Det sentrale elementet i dette samfunnsbildet er informasjon, eller det som Adbusters kaller for "memer". Dette er på mange måter denne ressursen som utgjør kampens kjerne: *"(...) meme warfare has become the geopolitical battle of our information age. Whoever has the memes has the power"* (Lasn 2000: 123).

Meme-begrepet har de lånt fra Kalle Lasn, og er definert på følgende måte: *"A meme (rhymes with "dream") is unit of information (a catchphrase, a concept, a tune, a notion of fashion, philosophy or politics) that leaps from brain to brain to brain"* (Lasn 2000: 123).

Mememe tilhører den idealistiske dimensjonen ved vår handlingssfære. Ideene og det vi forbinder med mening blir derfor viktige som undertrykkende og potensielt frigjørende elementer i Adbusters engasjement. I forandringer av ideer ligger potensiale til den omkalfatringen aktørene i Adbusters ønsker:

*"I motsetning til vanlige politiske prosesser fungerer de på en implisitt, spontan og organisk måte. Man må så flere av dem, for at en eller to skal slå rot og gro. Men det kan skje, og da kan det vokse fram alternativer til den forbrukerkapitalismen vi har i dag"* (Klassekampen 26.08.05).

I prognosen kommer det også til uttrykk hvem eller hva som får ansvaret for at disse memene blir spredt og utkonkurrerer de ønskede memene. Dette ansvaret gir de i første omgang blant

annet til seg selv i kraft av å være initiativtakere med de kommunikative verktøyene de besitter og det kritiske blikket de forfekter:

*”Adbusters er et aksjonsbasert nettverk for `mentalt miljøvern`. Vi ønsker å forandre hvordan vi påvirkes av massemediene og hvordan meninger og behov blir produsert i samfunnet, for eksempel hvordan informasjonen flyter, hvordan institusjoner utøver makt samt hvordan TV-stasjoner og aviser drives. Vi vil endre på hvordan konsum- og kulturindustrien setter agendaen. Vårt mål er å fremme en grunnleggende gjennomtenkning av måten vi lever på i det 21. århundre” (Vreng 2006, 1: 26).*

### 5.2.2 Det konkrete nivået: kulturjam, memer og opplysning

Fra beskrivelsen av prognosens generelle perspektiv kan vi så gå over til det mer konkrete nivået. Det tydeligste trekket ved dette nivået er at de i liten grad har utviklet konkrete løsninger som kan håndteres innenfor en politisk eller organisatorisk sammenheng. Eksempler på hva som menes med konkrete løsningsrammer kan vi nevne ”frys-rammen”<sup>25</sup> hos 80-tallets fredsbevegelse (Snow og Benford 1992: 144), eller Tobin-skatten som blant annet Attac tok i bruk (Sandberg 2003: 55), eller Bob Geldofs initiativ Live 8 som sommeren 2005 hadde gjeldssletning for u-land som hovedsak.<sup>26</sup>

Å utvikle eller fremme konkrete løsningsforslag synes å være av sekundær art for Adbusters. Det de ønsker er refleksjon omkring de temaene de tar opp. Dette anser de kulturjamming som et mulig middel for. Slik er for eksempel ”Kjøpefri-dagen” en aksjon hvor formålet er *”(...) at folk skal tenke over konsumet sitt på generelt grunnlag”* (Adresseavisen 28.11.03). De ser for seg at aksjonsformen blant annet fungerer på følgende måter: *”I første omgang: opplysning. Fortelle folk om hvordan disse selskapene arbeider. Og i tillegg: oppfordre til aksjon”* (Klassekampen 08.06.04).

Et sentralt element ved prognosen kan også sies å være spredningen av motmemer som de ønsker å utkonkurrere de dominerende forestillingene med: *”Vi må mobilisere konkurrerende forestillinger om hvordan byen skal være – ut ifra kriterier som økologi, bærekraft og ytringsfrihet”* (Samtiden 2004, 1).

<sup>25</sup> Denne prognosen viser til forslaget om å få i stand en bilateral avtale om frysning mellom atommaktene.

<sup>26</sup> Vi ser her at prognoser kan sees på som utformet som praktisk gjennomførbare delmål, som er i tråd med det bakenforliggende hovedmålet eller utopiske aspektet ved disse bevegelsenes rammer. Det utopiske kan kort oppsummeres som: verdensfred, en rettferdig global verden og opphevelsen av fattigdom.

Prognosen viser derfor til en kamp mellom ulike memer, noe som gjør at de ønsker å få tilgang til ulike arenaer som: "(...) *newspapers and magazines, on the radio, on TV and in cyberspace*" (Lasn 2000: 124), for å selv kunne bedrive meningsproduksjon. De alternative memenes funksjon er i sine mest optimistiske termer formulert av Lasn når de hevdes å kunne bidra til: "(...) *cognitive dissonance of the highest order. It jolts people out of their habitual patterns and nudges society in brave new directions*" (Lasn 2000: 124-5).

Avslutningsvis kan vi si at prognosen legger vekt på å fremme motmemer gjennom ulike former for kulturjamming, som i den grad de bidrar til varige holdnings – og handlings endringer vil kunne anses som vellykket. Men også opplæring av andre i den kompetansen Adbusters besitter som kulturjammere og aktivister,<sup>27</sup> samt vektlegging av kunnskapsformidling, er sentrale elementer i prognosen.

### 5.3 Adbusters og rammeforsterkning

Vi har til nå sett på hvordan rammeteorien kan bli brukt for å si noe om Adbusters som meningsfellesskap. Rammeteorien benyttes for øvrig først og fremst i litteraturen som et analytisk verktøy for å avdekke de retoriske strategiene som ligger i rammene. Med dette menes hvordan Adbusters forsøker å inkludere andre grupper og organisasjoner som i utgangspunktet ikke er engasjert i Adbusters sak, eller legitimere sin egen sak ved å knytte den opp mot andre perspektiver (rammer) som det råder bred enighet om.

La oss begynne analysen med å se hvordan Adbuster forsøker å knytte seg opp mot det samfunnet de befinner seg innenfor og dem de ønsker å mobilisere.

Rammeforsterkning beskriver en av de fire ulike formene for rammeparallellisering (se teorikapittel): "*By frame amplification, we refer to the clarification and invigoration of an interpretive frame that bears on particular issue, problem or set of events*" (Snow m.fl. 1986: 469).

Forsterkningen tar sikte på å klargjøre hva det er som ønskes formidlet, og hvordan og hvorfor dette må anses som et problem det må gjøres noe med. Det er særlig den typen forsterkning som kalles verdiforsterkning som fremstår som sentral hos Adbusters: "*Value amplification refers to the identification, idealization, and elevation of one or more values*

*presumed basic to prospective constituents but which have not inspired collective action for any number of reasons*” (Snow mfl. 1986: 469). Tidligere i kapitlet har vi sett at disse knyttes opp til verdier som demokrati, ytringsfrihet, frihet og økologi, som også er sentrale og grunnleggende verdier i det moderne demokratiske samfunnet vi lever i.

Et tydelig eksempel er måten de fremstiller reklamen som søppel, og dermed ønsker å etablere en forståelse av utendørs reklame som forsøpling av det offentlige rom. Ved å fremstille reklamen som et element av uorden i det offentlige rom underbygger det også opp under deres anerkjennelse av det offentlige rom som en strukturell orden hvor alle skal ha lik tilgang og like stor rett til å ytre seg (jf utsagnet: det ideelle ville vært at alle fikk sin egen reklameplakat). Vi kan se dette i forhold til Adbusters kritikk av måten det offentlige rom i dag forvaltes på, hvor de med mest penger kan kjøpe seg en plass til egne ytringer. Argumentasjonen knyttes opp mot demokratiske verdier, og hvordan ytringsfriheten utfordres.<sup>28</sup>

Ved å rette et kritisk søkelys på den offentlige reklamen som et problem, tangerer de også en rekke andre nettverk i Oslo som er negative til hvordan kommersielle aktører har fått økt tilgang til byrommet i form av flere reklameoppheng, lysende reklametårn og reklamefinansierte bymøbler og sykler (eksempel Stans!no og Oslo Bys Vel).

Videre knyttes også kommersialiseringen og reklameomfanget i dagens samfunn opp mot frihet, hvordan reklamen på et eller annet nivå påvirker menneskets evne til å tenke fritt. Konsekvensene av disse tendensene sees videre på som årsaker til en rekke sykdommer og sinnslidelser hos det moderne mennesket (Klassekampen 04.03.04). Frihet som rammeforsterkning finner vi også igjen i kritikken av overvåkningskameraer, hvor kameraenes tilstedeværelse både bidrar til selvdisciplinering og oppgivelse av frihet i bytte mot (falsk) trygghet (Klassekampen 15.05.04).

Friheten knyttes også til rammene utover de liberale demokratiske verdiene og utvides med mer eksistensialistiske ideer om det autentiske mennesket. Her settes det moderne mennesket i sammenheng med et samfunn hvor stadig mer av virkeligheten erfares

---

<sup>27</sup> Eks deres skoleturne Jam kan sees i lys av en slik tolkning.

<sup>28</sup> Mary Douglas (1990) har en strukturell teori om hvordan vi ordner verden inn i systemer som opererer etter dikotomien det urene/rene kan passe for å forklare denne tilsynelatende motsigelsen. Ved at vi innlemmer alle elementer i ulike ordenssystemer oppstår det urene først når det opptrer utenfor systemets tiltenkte orden. På samme måte fremstår her den kommersielle reklamen som et urent objekt ved å bryte systemets strukturelle orden (“alle skal kunne ytre seg på lik linje”). Ikke ulikt boken som oppfattes som rot i det plasseres på middagsbordet istedenfor i bokhyllen.

---

gjennom ulike former for media (eks TV)<sup>29</sup> og skaper fremmedgjorte individer ved å frata muligheten til ekte erfaringer. Adbusters alternativ knyttes opp mot det ekte og autentiske mennesket som er frigjort fra disse falske behovene ("drømmen om rikdom", trangen til konsumpsjon etc) som samfunnets hegemoniske institusjoner og aktører produserer og kommuniserer gjennom mediene.

Den siste sentrale forsterkningen vi her skal trekke frem henter de fra sitt miljøengasjement. Denne forsterkningen er for øvrig tosidig. I rammene knytter de seg både direkte opp mot økologiske spørsmål som når forbrukersamfunnet kritiseres som en uholdbar samfunnsorganisering fordi dens iboende logikk bidrar til å ødelegge naturen.

I tillegg knytter gruppen seg også mer indirekte til miljøvern gjennom den språklige konstruksjonen mentalt miljøvern. Dette kan tolkes som en form for forsterkning ved å implisitt etablere en isomorfi mellom de mentale og informasjonsmessige problemene som er Adbusters primære rammer, og på den andre siden den allerede kulturelt etablerte miljøvernproblematikken. Med andre ord antydes det en likhet i hvordan problemene utspiller seg. Ved å benytte seg av miljøvernrammen knytter de en mer håndgripelig metafor for den mentale miljøproblematikken med alle sine vanskelige teoretiske perspektiver og mindre etablerte sammenhenger. Forskjellen er bare hvordan forurensningen i dette tilfellet har skiftet objekt, fra naturen til mennesket. Videre kan dette også analyseres som et retorisk grep for å inkludere andre og mer tradisjonelle miljøverngrupper i sin sak.

Aspektet som omhandler verdiforsterkningen ved gruppens rammer tar for seg hvilke ideer Adbusters selv ønsker å sette seg i sammenheng med ved å fremstå som forsvarere eller forkjempere for disse. Slik ser vi hvordan Adbusters tilsynelatende partikulære eller perifere rammer inneholder en rekke tilknytninger som tar sikte på å gjøre dem forståelige ved å parallellisere egne rammer med andre allerede eksisterende verdier hos den populasjonen de ønsker å påvirke. Samtidig poengterer en slik retorikk indirekte hvordan Adbusters legitimerer sitt prosjekt som noe som er til beste for alle ved at de kjemper for disse positive verdiene (som de anser som truet). I den grad den får gjennomslagskraft som dominerende lesning av gruppens virksomhet, vil den også ha den funksjon at de som setter seg mot Adbusters også er mot disse ideene.

---

<sup>29</sup> I forbindelse med "Tv-fri uke" aksjonen finner vi blant annet fremstillinger om verdien av å ta fri fra mediehverdagen og oppleve verden utenfor den medierte virkelighet eks ved å gå en tur i skogen (Klassekampen 22.04.05).

### 5.3.1 Hvorfor Adbusters en marginal aktør i lys av rammeteorien

For sosiale bevegelser går mye av ressursbruken, foruten å konstruere kunnskap, ut på å formidle den kunnskapen de selv besitter om samfunnet. For at dette skal være vellykket er det en forutsetning at den forstås, men også at den blir oppfattet som riktig eller på en eller annen måte legitim. Hvorfor noen perspektiver avfeies eller blir vellykket og institusjonaliseres i samfunnet er komplekst. Her skal vi si noe om dette ut fra de forklaringene som rammeteorien tilbyr.

Rammeteorien legger vekt på viktigheten av å utvikle rammer og kunne fylle de med et budskap som de delene av populasjonen man ønsker å nå kan forstå. Dette gjøres ved såkalt rammeparallelisering. I så måte er rammeteorien en måte å få mobilisering rundt sine egne rammer. Klarer de å gjøre seg forstått? Klarer de å formulere de problemene de er opptatt av på en slik måte at de fremstår som relevante for dem de ønsker å mobilisere?

For Adbusters er det forholdsvis lite arbeid som er gjort med å artikulere og utvikle rammer. Dette henger nok sammen med prinsippet om ikke å konstruere en felles ideologi for nettverket, men det gir dem begrenset mobiliseringskraft når rammene til dels er skjult i kulturjamming og dels er noe de ikke bruker mye ressurser på. Videre mangler rammene tilknytninger til sosiale saker og samfunnsgrupper. De blir stående med en del strukturelle fortellinger som de setter i sammenheng med noen sentrale verdier, men det hele er av ganske generell art. Prognosene de trekker frem tilbyr heller ingen konkrete løsninger, men dreier seg i hovedsak om å få i stand refleksjon rundt tematikken Adbusters reiser ved hjelp av kulturjamming.

En interessant side ved rammene er dessuten den kritikken de blir utsatt for. Kritikken gjenspeiler noen av de utfordringene Adbusters står ovenfor i arbeidet med å konstruere rammer som kan oppfattes som legitime.

Mark Dery, tidligere Adbusters aktivist, mener magasinet har en moralistisk ovenfra og ned holdning, med det han kaller politisk korrekte angrep mot hurtigmat, alkohol, røyk ([www.adbusters.no/artikler/art1.htm](http://www.adbusters.no/artikler/art1.htm)). Heath og Potter (2005) kaller meningsrammene avsmak for andres smak. De mener at aktivistene overser at de, som en kulturelt skolert middelklasse, forveksler sine klassespesifikke interesser som allmenngyldige interesser.

Den elitistiske kritikken henger også sammen med det som oppfattes som et objektiverende perspektiv. Aslak Nore retter direkte kritikk mot Åse Brandvold i måten hun setter bymøbler og liknende selskapssponsede artefakter i bymiljøet i sammenheng med

menneskesinnet: *"Når Brandvold sier at "bymøblene" hindre den frie tanken, sier hun samtidig at det eksisterer et direkte forhold mellom den kommersielle infrastrukturen og folks mentalitet"* (Klassekampen 19.02.04). Kritikerer mener her at Adbusters forfekter en objektiverende teori om hvordan tingene "egentlig" henger sammen.<sup>30</sup>

Foruten det moralistiske og elitistiske budskapet får de også kritikk for å være apolitiske av aktører som mener at den eneste prognosen er å finne innenfor tradisjonelt politisk arbeid (eks Heath og Potter 2005).

I den grad dette kan si noe representativt om *oppfattelsen* av Adbusters rammer hos befolkningen vil disse rammene i følge rammeteorien maksimalt treffe det segmentet av populasjonen som selv besitter liknende kulturelle skjemaer som tilhører den kulturelt skolerte middelklassen som ønsker alternative politiske virkemidler og som besitter en eller annen form for moralisme eller objektiverende teori om samfunnets beskaffenhet. Dette begrenser i så fall rammenes mobiliseringspotensiale.

## 5.4 Oppsummering

### Hva er det vi har funnet ut i dette kapitlet?

I dette kapitlet har vi sett nærmere på en del av de sakene som Adbusters er opptatt av. Dette har blitt gjort ved hjelp av de analytiske kategoriene som rammeteorien har utviklet.

Studien av kasuset viser at det er mulig å beskrive Adbusters problem og diagnose ut fra to metanarrativer som her har blitt kalt forbruker-konsumsamfunn og medie-informasjonsamfunn. Av de mer konkrete problemene har vi funnet ut at de er opptatt av reklamens konsekvenser og å problematisere kommersialisering og overvåkning av offentlige rom. Disse to nivåene henger sammen på den måten at de konkrete forholdene fungerer som mekanismer som opprettholder de generelle strukturelle tendensene de er kritiske til.

Når det gjelder prognosen finner vi få konkrete forslag som kan løses politisk eller på andre måter av byråkratiske instanser. Isteden er det derfor særlig opplysning og

---

<sup>30</sup> Vi beveger oss her inn på tilskuer – deltaker problematikken (se eks Skjervheim 1963). Ytterst få liker å bli forklart hva de "egentlig" er og hvorfor, og spørsmålet er hvorvidt dette er mulig (noe som åpner for en rekke epistemologiske problemer som vi ikke skal gå inn på her).

kunnskapsformidling både direkte, og indirekte gjennom kulturjamming, som står sentralt hos Adbusters. De ønsker med andre ord å etablere alternative ”memer” direkte hos populasjonen de henvender seg til.

Tilslutt i kapitlet knyttet vi så rammene opp til rammeparallelliseringsbegrepet som tilbyr en del verktøy for å tolke måten Adbusters knytter seg opp mot ulike verdier, grupper og forestillinger for å oppnå legitimitet, semantisk klarhet og mobilisering rundt deres kollektive rammer. Med hovedvekt på verdiforsterkningen som rammeparallelliseringsstrategi, så vi hvordan rammene knyttes opp til sentrale vestlige verdier som demokrati, ytringsfrihet, individuell frihet og økologi, og hvilke sammenhenger dette teoretiske perspektivet tilbyr når Adbusters marginaliserte posisjon skal forklares.

### **Begrensninger ved perspektivet og videre analyse**

Den første begrensningen ved fremstillingen som vi skal nevne er empirisk og gjelder egenskaper ved kasuset selv. Som vi så i det første analysekapitlet er Adbusters et heterogent og flatt nettverk uten en sentral ideologi. Dette kapitlets analyse går ikke mot denne selvforståelsen innenfor nettverket, men forsøker å klargjøre hvordan diagnosen og prognosen ofte fremstilles i det skriftelige materialet. Analysen trekker derfor frem noen stemmer fremfor andre. Bakdelen med denne analysestrategien er hvordan fremstillingsformen gir et mer strømlinjeformet bilde av nettverket enn hva som er tilfelle.

Teoretisk er det som nevnt rammeteorien rasjonalistiske og subjektivistiske fundament som gjør analysen noe ensidig. I denne oppgaven skal vi for øvrig gripe fatt i dette ved å tilføre rammeanalysen enda et nivå, ved å trekke inn teori som beskriver hvordan rammene kan sees i sammenheng med andre og større rammer, kalt masterrammer og protestsykluser (Snow og Benford 1992). Dette er en måte å trekke rammene ut i en videre historisk og sosial sammenheng, som både kan gi en forklaring og forståelse av de rammene Adbusters handler innenfor. Den deskriptive utgreiningen går dermed opp et abstraksjonsnivå, og i tillegg inkluderes et mer forklarende perspektiv. Mer om dette i neste kapittel.

Enda en begrensning ved denne innledende analysen som også vil tas opp i oppgaven, er hvordan rammeteorien vokabular reduserer kasuset til en tradisjonell strategisk-politisk aktør. I slutten av neste kapittel forsøker vi også å supplere med et annet vokabular som kan fange opp noen andre sider ved Adbusters, ved å ta i bruk Meluccis (1996) strukturelle og analytiske perspektiv.



## 6. Adbusters: masterrammer og NSM

Med rammekapitlet avdekket vi noe av den meningen som konstituerer Adbusters som kollektiv aktør. I dette kapitlet skal vi se nærmere på disse forestillingene i sammenheng med et større sosialt og historisk rom.

Vi tar dermed analysen et abstraksjonsnivå opp ved å knytte de rammene vi har fremstilt som Adbusters egne til andre rammer og hvordan de selv gjør dette. Med utgangspunkt i en antagelse om at tekstene er konstruert i en tradisjon fremfor forfatterens intensjon,<sup>31</sup> kan vi analysere Adbusters som innleiret i allerede etablerte rammer. Disse gis funksjonen som meningshorisonter som eksisterer både forut og delvis utenfor gruppen. Det er denne egenskapen vi gir masterrammer her, men uten at vi behandler disse ytre forholdene deterministisk eller reduksjonistisk opp mot Adbusters egne gruppespesifikke rammer. Vi fortsetter således med å utbrodere den semantiske dimensjonen hos Adbusters, hvor disse masterrammene sier noe om logikken i rammene og hvorfor de har fått denne utformingen.

Kapitlet starter med å knytte rammene hos Adbusters opp til masterrammer og protestsykluser. Deretter setter vi rammeanalysen inn i et mer abstrakt nivå, hvor rammene sees i forbindelse med en mer generell samfunnsteori.

### 6.1 Masterrammer

#### 6.1.1 Antiglobalisering som masterramme

Adbusters beskriver seg selv som et autonomt, lokalt forankret nettverk hvor en stor del av ressursene retter seg mot lokale spørsmål. Vi ser for øvrig at de henter sin legitimitet i

---

<sup>31</sup> En bruk av rammer som tangerer eksistensiell hermeneutikk som vi finner igjen hos Husserl, Heidegger og Gadamer (Alvesson og Sköldbberg 1994: 132-137).

rammer som forfekter sammenhenger som går utover den lokale konteksten. Dette kommer tydelig frem i deres diagnostisering av årsaker, skyld og problemer.<sup>32</sup>

Vi starter med det som fra nå av vil refereres til som antiglobaliseringsbevegelsens masterramme.<sup>33</sup> Dette er for øvrig ikke en utlegning om globaliseringens kjennetegn, eller en diskusjon vedrørende hvorvidt denne benevnelsen er en treffende karakteristikk av de strukturelle forandringene vi i dag står ovenfor.

At denne masterrammen er relevant får vi flere hint om i det empiriske materialet. Adbusters har selv konstruert rammebroer til denne bevegelsen. Rammebroer skal her forstås på følgende måte: *"By frame bridging we refer to the linkage of two or more ideologically congruent but structurally unconnected frames regarding a particular issue or problem"* (Snow m.fl. 1986: 467).

Åse Brandvold låner et sitat fra Kalle Lasns intervju med en demonstrant under Seattledemonstrasjonene som for Lasn danner startskuddet for den mentale miljøbevegelsen: *"Jeg er ingen spesielt lykkelig person. Før trodde jeg det hadde med min personlighet å gjøre, men nå har jeg forstått at det er et kulturelt problem. Jeg føler at jeg hele livet har blitt psykisk misbrukt – rett og slett, og nå skal det hevnes"* (Samtiden 2001, 1). Her knytter de sine gruppespesifikke rammer til masterrammen. Det mentale miljøvernet (kulturmisbruket) settes inn i en større sammenheng, hvor globale kapitalistiske aktører som WTO og MNC (som var hovedmålet for protestene) gis skylden for denne personens psykiske lidelser.

En annen grunn til at denne masterrammen er sentral for Adbusters skyldes nærhet i tid. I Norge fikk Attac og de store antiglobaliseringsdemonstrasjonene stor oppmerksomhet i den perioden Adbusters etablerte seg i Norge (omkring 2001). Teorien om protestsykluser som sier at: *"Movements that emerge later in the cycle will typically find their framing efforts constrained by the previously elaborated master frame"* (Snow og Benford 1992: 145).

I denne perioden var antiglobaliseringsbevegelsen inne i en aktiv periode med til dels stor oppslutning og mediedekning. Demonstrasjonene mot WTO 30. november 1999 i

---

<sup>32</sup> Viser for eksempel i forbindelse med den tabloide parodiavisen "VB" som de gav ut i forbindelse med ABCDE-møtet i Oslo juni 2002, hvor de retter et kritisk blikk på Verdensbanken, IMF, ulandsgjeld, neoliberalisme ([http://www.adbusters.no/vb\\_avisa.html](http://www.adbusters.no/vb_avisa.html)).

<sup>33</sup> Navnet er kanskje noe misvisende, men viser til de sosiale bevegelsene som fokuserer på globalisering og er kritiske til neoliberalismen.

Seattle er den hendelsen som for alvor innleder denne fasen av kollektive handlinger som i liknende former skulle repeteres i Washington, Montreal, Geneva, Praha og Gøteborg.

*“The Battle of Seattle is one of the most significant recent episodes of collective action, and it points to a future of social movements that is increasingly global in both target and form and that finds itself in more direct confrontation with global institutions than its historical predecessors”* (Smith 2002: 222).

Analysert som masterramme skal vi her legge vekt på hvordan antiglobaliseringsmotstanden virker formende på Adbusters egne rammer.

Når vi nå skal se på noen av de sentrale elementene i denne bevegelsen skal vi ta utgangspunkt i Naomi Kleins bok ”No Logo” (2002). Hun ble med denne boken en sentral ideolog for det hun selv kaller den globale antikapitalistiske bevegelsen. Den makroøkonomiske og strukturelle analysen har blitt et viktig verk både for rekruttering og selvforståelse. Også den store utbredelsen gjør verket sentralt.<sup>34</sup> Så hva slags sammenhenger er det som trekkes frem i denne boken?

For det første beskriver hun hvordan det har skjedd en forskyvning av makten i favør av de multinasjonale selskapene. Dette har gått på bekostning av den makten som tradisjonelt har ligget hos nasjonalstaten og den politiske sfæren. Disse selskapene kan bevege seg forholdsvis fritt i et lite regulert overnasjonalt eller globalt marked. I takt med denne tendensen blir det derfor også mer aktuelt å rette aktivismen mot de nye mektige aktørene: de multinasjonale selskapene som leder an i globaliseringen, men også de politiske overnasjonale aktørene som Verdensbanken og det Internasjonale pengefondet. Dette har blant annet gitt fornyet tro på forbrukeraktivisme.<sup>35</sup>

For det andre beskriver Klein en kvalitativ forandring av den vestlige produksjonen. En del av de store selskapene har dreid produksjonen fra vareproduksjon til merkevareproduksjon. Klein kaller økonomien kunnskapsøkonomi. I dette ligger det at selskapenes produksjon konsentreres rundt en ny kjerneproduksjon: produksjonen av konsepter. Av dette følger det at verdien av varen særlig er avhengig av dette punktet. Indirekte gir dette også en kapitalforflytning til selve merkevaren de produserer. Produktenes verdi henger dermed sammen med evnen til å utvikle drømmer, identitet og status som kan

<sup>34</sup> Boka har blitt oversatt til 17 språk (Dagsavisen 10.04.04), i tillegg til å bli hyppig sitert fra av mange tilhengere og motstandere av Kleins teorier.

<sup>35</sup> For øvrig en strategi Kalle Lasn (1999) forkaster på pragmatisk grunnlag fordi den ikke har vist seg å være effektiv.

projiseres inn i selve varen.<sup>36</sup> Parallelt har de store selskapene frigjort seg fra produksjonen av selve varen. Dette har resultert i noen uheldige konsekvenser ved at de ikke lenger er ansvarlige for arbeidsforholdene til de kontraktørene og underkontraktørene som kjemper om bestillinger fra de utenlandske selskapene. Her finner vi en såkalt urettferdighetsramme, ved å beskrive hvordan fattige land kommer i en utbyttesituasjon ved at de selv ikke har noen mulighet til å få produksjonen innenfor sine landegrenser uten å underby andre fattige land. Samtidig rettes de uheldige konsekvensene seg også mot vestlige land som både mister arbeidsplasser og blir utsatt for industriens reklamefremstøt. Kleins løsning ligger i å opplyse forbrukeren om disse misforholdene.

I Norge skulle Attac stå frem som en sentral aktør for den globaliseringskritiske bevegelsen. Ser vi på gruppens diagnose og problemfokus legger de vekt på ulikhet i vestlige land og fattigdom i sør, som store aktører som WTO, IMF og WB tildeles skylden for (Sandberg 2003: 51).

Dette kan vi si utgjør et generelt utsnitt av masterrammens problem og diagnose. Den videre utbroderingen av masterrammen skal knyttes opp mot to måter å fortolke denne masterrammen på for å forsterke visse sentrale trekk i rammen.

1) Habermas fortolkning av NSM kan gi oss en måte å gripe den logikken som denne masterrammen fremstiller. Patologien av samfunnet som Habermas (1989) fremstiller, er i hovedsak opptatt av systemets kolonialisering av livsverdensprosesser (den sosiale integrasjonen) gjennom statens økende byråkratisering (Crossley 2002). Kleins (2002) analyse kan vi derimot lese som en patologibeskrivelse som særlig er opptatt av hvordan det andre systemet som Habermas kaller markedet foretar en likende inngripen.

Masterrammen gir på mange måter en innsikt i tolkninger som eksisterer om det nivået som McAdam m.fl. (1996) kaller de "politiske mulighetene". Innenfor "antiglobaliseringsbevegelsen" legges det vekt på omfordeling av makten hos elitene i det internasjonale samfunnet (fra nasjonalpolitiske til økonomiske og overnasjonale aktører), noe som også har forskjøvet den nasjonale makten.

Denne tolkningen settes gjerne inn i en historisk sammenheng hvor det på begynnelsen av 80-tallet skjedde en politisk ideologisk motreaksjon mot den statskontrollerte økonomien som var normalen i de fleste vestlige økonomiene etter 2. verdenskrig (også

---

<sup>36</sup> Negri og Hardt beskriver noe likende i det de kaller en postmodernisering av den globale økonomien som tar form som en: "(...) produksjon av det sosiale livet selv, hvor det økonomiske, det politiske og det kulturelle i økende grad overlapper

USA). Statens evne og tillitten til at staten kunne styre konjunkturer og sørge for alles velferd ble sterkt svekket, blant annet på grunn noen store verdensomspennende økonomiske kriser på 70-tallet. I de vestlige demokratiene resulterte dette i at nyliberalistiske strømninger fikk økt oppslutning. De mest markante skikkelsene for denne perioden var Thatcher og Reagan. Den nye politikken de innledet blir gjerne referert til som "The Washington Consensus". Det er denne neoliberalistiske enigheten, som antiglobaliseringsrammens perspektiv gjerne forankres i, ofte kalt den hegemoniske globaliseringen (Santos 2002). Ser vi på det mangetydige fenomenet som vi her har valgt å kalle antiglobaliseringsbevegelsen, føres gjerne den historiske bevisstheten tilbake til denne politiske vendingen (eks Hertz 2002). Også i Norge har den liberalistiske politikken komme til å prege den politiske utviklingen. Den liberaliseringen som ble igangsatt av Willochs høyreregjering i 1981, ble i store trekk videreført av Brundtland da DNA gjenvant regjeringsmakten i 1986 (Furre 1991).

2) For å presisere lesningen av masterrammene, kan enda en tilnærming være interessant ved å benytte oss av strukturen i Tillys forskning (1978, 1986). Tilly har foretatt en rekke studier der han kartlegger hvordan de kollektive aktørene har forandret seg opp gjennom historien. I perioden mellom 1650-1850 skjedde det en overføring av makt og økonomi fra det lokale (typisk representert ved landsbyen og lokale stormenn) til det nasjonale planet. Denne utvikling ble drevet av kapitalistisk konsentrasjon av kapital og statens konsentrasjon av makt. Med dette som bakteppe lager Tilly en analyse som omhandler hvordan de kollektive aktørene forandret seg i tråd med disse strukturelle forandringene. Fra å være lokalt forankrete og rettede opprør i perioden mellom 1650-1850, var perioden mellom 1850-1980 preget av en type kollektive opprør som først og fremst rettet seg mot nasjonalstaten og den sentraliserte kapitalen.

Resonnementet i hans analyser har blitt trukket videre av andre forskere til å også inkludere den overgangen som mange mener nå skjer fra de nasjonale makt- og kapitalsentraene til de overnasjonale og globale. I sammenheng med dette oppstår det nye relasjoner og konflikter, men også nye organisasjonsformer og aktører. For de kollektive aktørene har dette ledet til at mobiliseringen også påvirkes, spres, organiseres, retter seg mot og virker på tvers av og over nasjonale grenser. (Smith 2002; Della Porta, Kreisi, Rucht red. 1999).

Formålet med disse to fortolkningene av masterrammen er for øvrig ikke å antyde sammenhenger mellom disse ytre variablene og Adbusters handlinger. Analysen står derfor delvis i motsetning til Tillys arbeid ved at vi her har valgt et konstruktivistisk utgangspunkt i motsetning til Tillys realistiske. Sistnevnte vektlegger hvordan de sosiale bevegelsene oppstod ut fra forandringer i ytre forhold. Som en konsekvens behandles de kollektive aktørene som objekter som påvirkes av variabler.<sup>37</sup> For vårt perspektiv er det for øvrig Adbusters kollektive tolkning av de ytre sammenhengene som er interessant, og som kan analyseres innenfor rammeteorien domene og som vi her har forsøkt å tydeliggjøre. Dette er interessant fordi aktørers orientering i rom eller felt ikke er upåvirket av den kunnskapen de besitter om det samme rommet.

Forestillingene som vi her lot utgjøre "antiglobaliseringsrammen" finner vi integrert i Adbusters rammer gjennom det aspektet ved rammene som heter trosforsterkning. Med trosforsterkning mener vi her: "(...) *beliefs refer to presumed relationships "between two things or between some thing and a characteristic of it"* (Snow m.fl. 1986: 469). Slike forestillinger viser til oppfattelsen av hvorfor noe er galt, eller sagt med andre ord, hvorfor de verdiene de ønsker å forsvare ikke kan nås. Trosforsterkningen hos Adbusters rammer har paralleller til antiglobaliseringsbevegelsen, og har i seg samsvarende forestillinger omkring diagnosen (de kausale sammenhengene og skylden), og hvorfor problemet er så viktig å ta opp. Vi kan derfor anse det som oppklarende å lese gruppen inn i denne konteksten.

### **6.1.2 Motkultur som masterramme**

Den andre masterrammen som Adbusters kan settes i tilknytning til er den vi her skal kalle for den motkulturelle masterrammen.

Det som har blitt kalt kulturrevolusjonen, 68erne og studentopprøret kan på et abstrakt plan betegnes som en sosial bevegelse som oppstod som en reaksjon på modernitetens rasjonalistiske og teknokratiske tendenser (Habermas 1989), eller hvordan lengre tids sosiale og økonomiske forandringer gjorde at de kulturelle modellene ikke lenger stod i stil med praksisene (Hobsbawm 1997: 326-349). Også i Norge ble denne bevegelsen sentral, selv om den raskt utviklet seg til et mer rigid marxistisk-leninistisk prosjekt

---

<sup>37</sup> Tilly (1978) motsetter seg ikke relevansen av de kollektive aktørenes tolkninger, men lar dette være en dimensjon som han velger å utelate fra sitt arbeid.

(Slagstad 2001). I Norge fremstår særlig kvinnekampen som et eksempel på et vellykket kulturopprør (Slagstad 2001: 434).

Inglehart (1990, i Della Porta og Diani 1999) hevder at det postmaterielle verdisynet som dukket opp blant de som ble voksne på 60-tallet utgjør et varig kulturelt skifte. En måte å tolke denne masterrammen på er som en del av en vedvarende protestsyklus, hvis krefter fortsatt virker inn på feltet de sosiale bevegelsene beveger seg innenfor.

Deler av dette kulturopprøret blir gjerne betegnet som motkulturelt, ved at det kulturelle problematiseres og taes opp i kulturelle eller symbolske termer. Heath og Potter (2005) har lagt stor vekt på det motkulturelle og dens idehistorie for å avdekke den logikken, eller mer presist den fornuften de mener Adbusters og likende grupper handler etter. I den videre utgreiningen skal vi derfor fokusere på noe av det idegodset som er sentralt for denne masterrammen.

Heath og Potter trekker frem situasjonistenes uoffisielle leder under studentopprøret i Frankrike, Guy Debord, som en sentral premissleverandør for det motkulturelle opprøret. Debord mente at verden ikke lenger var ekte, men omgjort til et "spectacle". I dette ligger det at verden har gått over til å bli symboler og representasjoner som igjen bare viser til andre representasjoner (er selvrefererende). Platons hulelignelse er en metafor som er treffende for denne karakteristikken av omverden (Heath og Potter 2005: 7-9). Metaforen tar for seg det vi i en annen metafor kan kalle et "indre fengsel", som beskriver hvordan mennesket kan sies å være fanget av sine egne konstruerte forestillinger.<sup>38</sup>

Som vi har sett i forbindelse med avklaringen av masterrammens innhold (se teorikapittel) må den også ha i seg en plassering av skyld (diagnose). For Debord dreide det seg om hvordan vårt autentiske jeg har blitt omformet av kapitalismen og solgt tilbake til oss som en vare.

Åse Brandvold refererer til Guy Debords ideer om å være "kidnappet" av selskaper. Hun beskriver hvordan vi befinner oss i en ufri situasjon hvor det å skape sin egen identitet har blitt knyttet opp mot vårt konsum (kjøp av varer og tjenester). Slik har selskapene lagt seg mellom det moderne mennesket, og ideen om den potensielle muligheten til å skape seg selv, som en mafia: *"Du betaler beskyttelsespenger til noen store selskaper for å få riktig design på klær, mobiltelefoner, bil og kjøkkeninnredning, slik at du ikke skal støtes ut sosialt"* (Samtiden 2001, 1).

For å utdype logikken i denne masterrammen kan vi også trekke frem andre teoretikere som inspirerte "68erne" og den motkulturelle fløyen, selv om de ikke nødvendigvis var en del av den. Frankfurterskolen var opptatt av, og engasjerte seg delvis i, studentopprøret og oppblomstringen av sosiale bevegelser i den vestlige verden på 60- og 70-tallet. Herbert Marcuses "One-Dimensional Man" fra 1964 (1972) trekkes gjerne frem som et sentralt verk i forbindelse med studentopprøret (eks av Jamison og Eyerman 1991). Av andre frankfurtere kan nevnes Adorno og Horkheimer som utviklet kritikk mot massesamfunnet i møtet med USA etter at de hadde flyktet fra Tyskland i forbindelse med nazistenes maktovertakelse. Allerede på 40-tallet gav de ut en kritisk analyse av hvordan kulturen ble manipulert. Gjennom det de kalte kulturindustrien, beskrev de hvordan kulturen ble produsert ovenfra og ned. Mennesket blir dermed redusert til passive mottakere istedenfor aktive utøvere og skapere av sin egen kultur (kultur produsert nedenfra og opp) (Horkheimer og Adorno 1972). Frankfurterskolen anså markedsføring og massemedia som en like stor trussel mot det frie individet som totalitære samfunn. Kritikken føres tilbake til opplysningstidens rasjonalitetsideal og troen på den rene fornuft som åpnet for sosial teknologi og den instrumentelle behandlingen av mennesker. Ved siden av den marxistiske kritikken av massesamfunnet var særlig inspirasjonen fra Freud sterk ved at de blandet den strukturelle marxistiske kritikken med Freuds teorier om det underbevisste. Med utgangspunkt i dette teoretiske fundamentet søkte de å forstå hvordan det moderne mennesket hadde latt seg passivt formes til massekonsumenter eller forledes av autoritære ideologier som nazismen. Troen på emansipasjon for det moderne mennesket lå hos Frankfurterne i den kritiske samfunnsvitenskapens evne til å vekke mennesket opp fra det "bevissthetsfengselet" som man hadde fanget seg selv inn i (Alvesson og Sköldberg 1994: 176-181).

Det kan også være relevant å nevne andre litt senere skoler som poststrukturalismen og postmodernismen. Debord selv står i direkte linje til postmodernismen eksempelvis gjennom den innflytelsen han hadde på landsmannen Baudrillard. Baudrillard beskriver også en verden hvor tegnene har frigjort seg fra å representere noe annet (objekter/ting) og har blitt til en selvtilstrekkelig virkelighet. Denne simulasjonen, som han kaller det, har dannet et samfunn hvor tegnene har fått overtaket på tingene (Eriksen 2002). Den til dels ironiske retningen ønsker å bryte ned totaliteter, og er opptatt av tekster og representasjoner.

---

<sup>38</sup> En tolkning av metaforen lånt fra Morgan (1988).



Blant poststrukturalistene kan Foucault (1972, 1995) sies å være en sentral skikkelse. Hans teorier beskriver de nære relasjonene mellom diskurs, kunnskap og makt. Med kunnskap menes her hva som gjennom en historisk prosess har fått stempel som virkelig. Denne kunnskapen er nært knyttet til makt ved at en side av fenomenet får forrang fremfor en annen. Den "suverene" makt ("Kongen") har blitt avløst av den "disiplinære" makt. Denne makten mener Foucault er langt mer effektiv, ved at den virker i oss gjennom våre internaliserte strukturer i kraft av å være sosialiserte individer, opprettholdt gjennom eksempelvis institusjoner som psykiatrien og massemedier. Dette gjør også at den er langt vanskeligere å få øye på. Makt og kunnskap er dermed også å anse som uatskillelig. Makten er ingen steder, men samtidig over alt i det Foucault kalte diskurser. Disse diskursene ligger under en stadig trussel av å bli byttet ut mot andre diskurser. Derfor må de stadig gjentas selv om de ikke umiddelbart blir opponert mot (Burr 2003: 69-80).

Den mer direkte mediekritikken hos Adbusters finner vi igjen hos McLuhan (Miller 1971) og Postman. Postmans (1992, 2004) kritikk av mediesamfunnet bunner blant annet ut i en epistemologisk problematisering av hvordan et samfunns rådende medier gjennomsyrrer hele samfunnet og dermed også hva som vil bli formidlet og hvordan. De rådende mediene påvirker hvilken kunnskap som kommuniseres i den grad den er tilpasset mediet. Sagt med andre ord problematiserer Postman McLuhans teori om hvordan formen bestemmer innholdet.<sup>39</sup> Han retter seg blant annet konkret inn på fjernsynet som han mener har en formmessighet som bare tillater underholdning. Lasn (2000) poengterer selv hvordan Adbusters perspektiver befinner seg i tråd med denne kritikken, men hvor disse teoretikerne kritiseres for deres akademiske holdning til problematikken. For en aktivist er det nettopp de aktive handlingene mot det som oppfattes som uriktig eller urettferdig som er sentralt, og gjør dem til noe annet bare kunnskapsprodusenter.

Det er ikke noe poeng å gi en total genealogi eller idehistorie over de motkulturelle ideene. Hensikten er å vise hvordan de forestillingene som ligger her kan virke oppklarende for det semantiske innholdet i Adbusters egne kollektive rammer.

Relevansen med å inkludere denne masterrammen ligger i sammenheng med hvordan masterrammens fortolkning av det mer abstrakte frihetsbegrepet kommer til syne. En som har behandlet sosiale bevegelser med denne innfallsvinkelen er Pieterse (1992). Han

definerer frihetskamper på følgende måte: ” (...) *emancipations refers to collective actions which seek to level and disperse power, or seek to install more inclusive values than the prevailing ones*” (Pieterse 1992: 32). Analysen hans fremstiller ulike typifiseringer av sentrale frihetsideologier fra 1800-tallet og frem til i dag.<sup>40</sup> Poenget hos Pieterse er da å vise hvordan kampen for frihet har hatt ulike metoder (midler), subjekter (grupper som skal frigjøres) og prosjekter (mål) opp gjennom historien. Han lager en forbindelse mellom kampen for frihet og ideologien (perspektivet) som ideen om frihet har blitt formulert under.

For den moderne bevegelse (eks arbeiderbevegelsen) dreide det seg om misforholdet mellom den produserte og mottatte orden i en tid da samfunnet stod ovenfor en gnisning mellom tradisjon og fornuft. For dagens samfunn, som Pieterse kaller det postmoderne, er frihetsbegrepet langt mer kompleks. Her dreier det seg om selve logikken i produksjonen av den sosiale orden, samt en tilhørende kritikk av opplysningstidens fornuft/rasjonalitet (eks slik vi så det i forbindelse med Foucaults diskursbegrep).

Han nevner konkret blant annet de postmoderne og poststrukturalistiske retningene som vi har etablert som relevante for vårt kasus. For begge disse frigjøringskampene gjelder et pluralt subjekt (at alle skal frigjøres). Metodene og prosjektene er for øvrig noe forskjellige. Frigjøring innenfor det poststrukturalistiske perspektivet foregår lokalt, hvor kampen skjer gjennom å dekonstruere det bestående. Målet er å oppnå en form for ulikhet uten dominans. De postmoderne kampene fører derimot en kamp hvor de ønsker å gi plass til de små narrative i kampen mot alle former for (undertrykkende) totaliteter. Friheten forsøkes å nås gjennom en gradvis forandring av det etablerte (Pieterse 1992: 16-17).

Inkluderingen av den motkulturelle masterrammen er et forsøk på å si noe om hvilke forståelser av frihet, og dermed makt og avmakt, som vi finner igjen hos Adbusters. I den motkulturelle masterrammen finner vi røtter til hvordan kritikken av massesamfunnet og tilknytningen til det underbevisste er gjennomført, men også elementer fra postmodernismen, poststrukturalismen, og videre betydningen av språk og symboler som semiotikken eller mer lingvistiske perspektiver konkret går inn på. Diagnosen og prognosen hos Adbusters synes i så måte tydeligere å forstå når det sees i sammenheng med dette idegodset.

---

<sup>39</sup> Akkurat som en hendelse i verden krever at det må finnes bilder og lyd av den for at den skal kunne gjøres til tv nyhet, eller, som Postman bruker som eksempel, hvordan en kultur som benytter seg av røyksignaler vil ha en formidling av innhold som står i stil med mulighetene røyken (formen) tillater å kommunisere.

<sup>40</sup> Eks liberalismen, sosialdemokratiet, Frankfurterskolen, Gramsci, Habermas og Feminismen.

---

### 6.1.3 Økologi som masterramme

Tilslutt skal vi ta for oss miljøbevegelsens som en masterramme. I Norge skulle miljøproblematikken bli en viktig sak utover på 70-tallet. I dag finner vi tegn på denne rammens vellykkethet i allmenngjorte forestillinger om naturens sårbarhet som både har blitt formelt institusjonalisert blant annet gjennom miljøverndepartementet, men også mer konkret innlemmet i våre daglige praksiser som når vi bedriver pant, resirkulering og kildesortering. Interessen for miljø og natur har videre etablert ny kunnskap om for eksempel teorier om global oppvarming og sur nedbør. Slike situasjonsdefinisjoner har i sin tur i stor grad blitt internalisert og tilhører i dag vår allmenne forestillingsverden, som selvfølgeliggjorte forklaringsmodeller når vi skal forstå forandringer i miljøet rundt oss.

Heath og Potter (2005) beskriver Adbusters (med utgangspunkt i den nordamerikanske organisasjonen) som en gruppe anti-forbruks og anti-reklame gruppe med en underliggende skjult dypøkologisk miljøagenda. En mer nærliggende fortolkning er at Adbusters faktisk også er en miljøverngruppe med et økologisk engasjement. Som vi ser ut fra den allerede utførte rammeanalysen (kapittel 5) rettes kritikken av dagens samfunn eksplisitt også mot dens manglende evne til å kunne være moralsk forsvarlig ut fra et økologisk perspektiv.

For vårt vedkommende er stiftelsen av "Fremtiden i våre hender" i 1974 med Erik Damman i spissen, samt den akademiske varianten til Næss "dypøkologien" (eller økosofien som han selv kalte den), sentrale i denne sammenheng. Med "Fremtiden i våre hender" tok miljøvernkampen i Norge en ny vending. Det ble et poeng at miljøkampen ikke lenger kunne løsrides fra resten fra enkeltaktørens hverdagsliv. Miljøengasjementet måtte derfor dreies mot hele den livsstilen vi fører (Dammann 1979). En viktig side av dette var å problematisere forbruket både som et miljømessig problem, men også som et politisk pressmiddel.<sup>41</sup>

I dette ligger det også en systemkritikk ved at det er en omveltning som må til. I så måte skiller de seg fra andre deler av miljøbevegelsen, eksempel Norges Naturvernforbund som mer konsentrerte seg om å reparere det ødelagte (Stenøien 2003: 237-241).

---

<sup>41</sup> Jf det som i dag gjerne kalles forbrukermakt i dagligtalen og som kan brukes politisk, som uansett har blitt et mer allment brukt pressmiddel (strategi).

Den filosofiske versjon av dette miljøperspektivet kom omtrent samtidig med Arne Næss bok "Økologi, samfunn og livsstil" i 1976 (1999). Her beskriver han en form for økologisk tekning som senere har blitt stående som dypøkologisk. Det relasjonelle bildet han tegner viser en verden hvor alt henger sammen og er avhengig av hverandre.

Ved å gi miljøvernsbevegelsens tankegods status som en form for masterramme som Adbusters forholder seg til, kan det være lettere å forstå en del av standpunktene. Vrengingen av budskap og ideen om det mentale miljøvernet henger sammen med forståelsen av hvordan samfunnet i dag reproducerer ideer som ikke er levedyktige og sunne. Derfor ønsker Adbusters det de selv formulerer som en grunnleggende gjennomtekning av hvordan vi lever våre liv. Forandringen av bevissthetsstrukturer tar sikte på å forandre handlingsmønstre som igjen kan åpne for en alternativ samfunnsorden som også oppfyller de økologiske kravene. Diagnostiseringen etableres på et systemnivå, hvor dagens samfunnsorganisering og produksjon får skylden for miljøets forringelse.

Samtidig blir det feil å redusere Adbuster til en miljøvernsgruppe. Som vi har sett fyller de miljøvernkampen med en annen diagnose enn den allerede etablerte ved å utvide problemets årsak til et spørsmål om kommunikasjon og meningssammenhenger. De problematiske strukturene, eller makten, som reproducerer miljøproblemet ligger i informasjonen som sendes ut blant annet gjennom massemediene som blir styrt av markedslogikk, forbrukerkapitalisme og medienes egen logikk. Dermed kan de "memene" (forestillingene, symbolene, kodene), som Adbusters anser som dominerende og uriktige, få ubegrenset spillerom og reproducere ideene om vekst, forbruk og rikdom som holder de etablerte samfunnsstrukturene på plass. Det at de legger vekt på disse mekanismene gjør at de har en distinkt prognose som ikke nødvendigvis er en del av den økologiske masterrammen ved å fokusere på å forstyrre informasjonsflyten og skape rom for alternative memmer.

## 6.2 Et strukturelt og analytisk perspektiv

Det vi til nå har gjort er å forsøke å sette de kollektive rammene til Adbusters inn i noen mer generelle masterrammer i et forsøk på å avdekke en del karakteristikk ved den kognitive logikken. Det vi nå skal gjøre er å utbrodere disse rammene ved å inkludere et strukturelt perspektiv. Dette tilfører analysen et mer forklarende perspektiv på Adbusters kollektive

handlingsrammer. Med denne overgangen i analysen går vi samtidig over fra å fokusere på det som kan kalles overflatestrukturer, som kan avdekkes ved å konstruere bilder fra det empiriske materialet, til det som kan kalles dybdestrukturer (Chomsky 1968, i: Alvesson og Sköldbberg 1994). Dybdestrukturer er ikke mulig å utlede fra det empiriske materialet, men kan isteden sies å være et valgt perspektiv (en teori), som kan bidra til å forklare de overflatestrukturene vi har avdekket i analysen.<sup>42</sup>

Kritikken av slike makroteorier har mye for seg (se teorikapittel), samtidig er forestillinger om denne typen makrosammenhenger alltid med på å strukturere en vitenskapelig analyse (refleksivt eller mer commonsensisk). Perspektivet tilhører det vi i denne oppgaven har kalt NSM-tradisjonen, og er tatt med som et forsøk på å etablere en sammenheng mellom Adbusters og strukturelle trekk ved samfunnet.

### 6.2.1 Meluccis versjon av NSM

Meluccis (1996) mål for sitt teoretiske arbeid er å utvikle et perspektiv som også inkluderer et begrepsapparat for de symbolske kampene. Dette er ment som en makroteori som både kan si noe om Adbusters som kollektiv aktør og mer konkret, noe om hvordan kulturjammingen kan leses analytisk. La oss først se nærmere på hans strukturelle teori om samfunnet.

For det første kan samfunnet i dag beskrives som ”komplekst”.<sup>43</sup> En antydning av hvordan samfunnets strukturasjon i dag heller opererer etter kvantefysikkens metafor fremfor den mekanistiske, og således kan beskrives som et samfunn uten kjerne (Melucci 1996: 207). Det er altså snakk om en differensiering av samfunnet delt inn i en rekke ulike, delvis selvstendige og selvregulerende deler. Dette ligner Bourdieus (1995: 81-100) modernitetsperspektiv som beskriver det moderne samfunnet som bestående av en rekke semiautonome felt.<sup>44</sup>

---

<sup>42</sup> Vi beholder det perspektivistiske utgangspunktet. Noe som betyr at det kan finnes mange ulike teorier (dybdestrukturer) som kan forklare et sosialt fenomen.

<sup>43</sup> Vi ser her hvordan Melucci baserer seg på de tradisjonelle begrepsparene som tradisjonelt har blitt brukt til å beskrive moderniteten (jf eks Tönnies *gemeinschaft/gesellschaft*, Durkheims *organisk/mekanisk* solidaritet eller Habermas *livsverden/system*).

<sup>44</sup> Derfor er også Melucci kritisk til bruken av sosiale bevegelser som begrep, nettopp fordi dens lingvistiske konnotasjoner er innleiret i den mekanistiske metaforen som han ønsker seg vekk fra.

For det andre gir han dagens samfunn status som "informasjonssamfunn". I dette legger han at samfunnet i større grad enn tidligere har evnen til å produsere symbolske ressurser. Dette henger sammen med den økte produksjonsevnen som i dag gjør oss mindre avhengig av våre materielle omgivelser. Produksjonen overstiger med andre ord minimumskravene for å sikre samfunnets reproduksjon. Melucci mener derfor at den kulturelle sfære har overtatt som kjernen i produksjonen, og dermed også struktureringen av makt og ulikhet (Melucci 1996: 177-8). *"Thus, the real domination is today the exclusion from the power of naming"* (Melucci 1996: 187). Konsekvensen med dette utgangspunktet er at de kollektive aktørenes nye modus operandi særlig dreier seg om å utfordre meninger og selv utvikle nye meninger (Melucci 1996: 93).

Perspektivet sier noe om at konfliktene skjer på mange ulike nivåer og innebefatter ulike kamper og grupper. Beskrivelser av sosiale bevegelser bør derfor kunne inkludere ulike dimensjoner og systemer. Melucci mener også at dette må trekkes utover den tradisjonelle konteksten som samfunnsvitenskapen gjerne har tatt utgangspunkt i, nasjonalstaten, og inkludere bevegelser inn i et globalt perspektiv, fordi verden i dag har blitt så tett integrert langs alle dimensjoner som omhandler det sosiale livet (Melucci 1996: 191).

Disse to begrepene, kompleksitet og informasjon, er ment å erstatte beskrivelser som tar utgangspunkt i det mer ideologisk ladete begrepsparet industrialisering og kapitalisme, og som de fleste modernitetsteorier tar utgangspunkt i (jf beskrivelser om det postmoderne, postfordistiske, senmoderne) (Melucci 1996: 90).

Konsekvensen av dette er ikke at politiske system ikke lenger er interessant for en analyse. Den politiske konteksten er fortsatt sentral nettopp fordi det fortsatt er herfra samfunnet reguleres og beslutningene tas. Samtidig kan ikke det politiske systemet fange opp og løse alle problemene som oppstår i det sosiale liv. Slik mener Melucci at politikken gir rom for sosiale bevegelser, og samtidig er disse bevegelsenes årsak ved å mangle evnen til å håndtere alle problemer (Melucci 1996: 287). Problemer i samfunnet kan derfor fortsatt karakteriseres som politiske, men alle konfliktene kan ikke reduseres til denne analytiske dimensjonen, fordi problemene de kollektive aktørene tar opp ikke nødvendigvis lar seg løse innenfor det politiske systemets logikk.

I denne overgangen finner Melucci spiren til bevegelser som fungerer som media. I dette ligger det at det har skjedd et skille mellom politiske aktører som er opptatt av å reformere og forhandle innenfor det politiske systemet, og på den andre siden aktører som setter navn på dilemmaer som oppstår i samfunnet ved å gi disse dilemmaene navn.

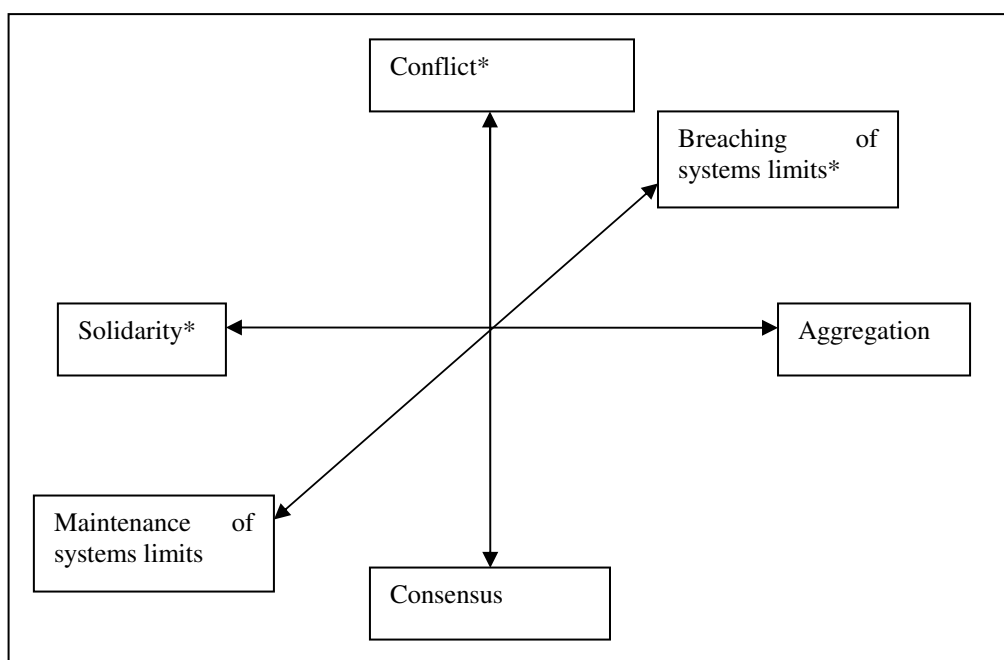
Utviklingen av bevegelser fra å være politiske eller organisatoriske aktører til å bli bevegelser som "media" skjedde på sent 70-tall og 80-tallet. Vi får da to adskilte aspekter som kjennetegner bevegelsene: 1) en med politiske aktører som jobber for reformer, nye rettigheter etc, og 2) aktører som kun tar opp problemer i kulturelle termer. De siste kaller Melucci for bevegelser som media (formidlere). De setter ord på problemer som i neste omgang, ved å ha blitt artikulert, kan taes opp politisk (Melucci 1996: 36-7).

## 6.2.2 Den analytiske tilnærmingen

Med dette strukturelle utgangspunktet skal vi nå snu på måten vi snakker om sosiale bevegelser, fra å være en empirisk til en analytisk størrelse.

Melucci skiller ulike kollektive handlinger fra hverandre ved hjelp av tre polære dimensjoner. Den analytisk konstruerte enheten som her får navnet sosial bevegelse utgjør da en bestemt sammensetning langs disse dimensjonene. Definisjonen av en sosial bevegelse er som følger:

*"The notion of a social movement is an analytical category. It designates the form of collective action which (i) invokes solidarity, (ii) makes manifest a conflict, and (iii) entails a breach of the limits of compatibility of the system within which the action takes place" (Melucci 1996: 28).*



Figur 2. (basert på Melucci (1996: 26))

Dette gjør oss i stand til å skille sosiale bevegelser fra kollektive aktører som sådan. Vi kan i så måte kalle Adbusters en sosial bevegelse i den grad gruppen oppfyller disse analytiske kravene: 1) solidaritet fordi aktørene i gruppen anser seg selv som en enhet, 2) de kjemper om noe (er i en konflikt med andre aktører), 3) samtidig som denne kampen kan sies å utfordre grensene for hva som kan tillates innenfor det systemet de befinner seg.

Hvis gruppen derimot hadde hatt en annen sammensetning langs de tre dimensjonene som er beskrevet over, ville Adbusters heller kunne karakteriseres eksempelvis som en kollektiv aktør som handlet konkurrerende,<sup>45</sup> avvikende eller rituelt. Vi kan da løse en floke som ofte gjør at sosiale bevegelser som benytter seg av motkulturelle strategier, slik Adbusters gjør det, blir ansett som problematiske. Heath og Potter (2005) hevder for eksempel at den motkulturelle handlingen har et problem fordi den ikke kan skilles fra den kriminelle. Ved en analytisk avklaring kan vi isteden si at avvik har det til felles med sosiale bevegelser at de begge overskrider grensene til systemet de befinner seg innenfor (livsverden eller det organisatoriske nivået). Men samtidig mangler avviket den solidariteten og sosiale konflikten som en sosial bevegelse har i seg. Avvik er med andre ord en atomær, konsensushandling som ikke søker å utfordre grensene for det systemet handlingen finner sted.<sup>46</sup> Adbusters som en sosial bevegelse overskrider derimot de grensene som systemet de handler innenfor trekker opp, i tillegg til å utfordre disse.

Med bakgrunn i det strukturelle perspektivet, hvor vi beskrev samfunnet som komplekst, gjør det også mulig å skille ulike sosiale bevegelser fra hverandre. En måte å inkludere dette på, er ved å skille mellom ulike systemer som konfliktene kan oppstå i og rette seg mot: "*Social movements can be distinguished according to the field of their action*" (Melucci 1996: 34).

Melucci velger å dele samfunnet inn i fire ulike systemer.<sup>47</sup> 1) Først har vi det systemet som kan kalles "livsverden" og som sørger for den sosiale reproduksjonen. Dette omfatter vårt daglige virke og omgang med andre mennesker. Hvis en sosial bevegelse oppstår her vil den kjempe om de reglene som styrer våre dagligliv. Her føres kampen

---

<sup>45</sup> En konkurrerende handling ville for eksempel kunne sies å både oppfylle kriteriene om solidaritet og konflikt, men er samtidig rettet mot systemoppretholdelse fordi handlingen søker posisjonering innenfor de grensene som spillet innenfor systemet tillater.

<sup>46</sup> Vi ser her hvordan Mertons (1968) funksjonalistiske analyse av avvik har inspirert Meluccis arbeid i utviklingen av et analytisk vokabular.

<sup>47</sup> Definisjon av et system: "*A system is simply the complex of the relationships among its elements*" (Melucci 1996: 26).



gjennom mobilisering i nettverk ("conflictual networking"). 2) Det neste systemet er "organisasjonssystemet" omfatter de delene som sørger for reguleringen og distribusjonen av roller og ressurser. Hvis en sosial bevegelse befinner seg her kan den kalles en fordringsbevegelse ("claimant movement"). Her står konflikten om krav rettet mot hvordan systemet fordeler sine roller og ressurser. 3) Dernest finner vi det "politiske systemet". En konflikt her vil dreie seg om å utfordre det politiske spillet. Her finner vi de politiske bevegelsene som søker å inkludere nye saker eller grupper inn i dette systemet. 4) Tilslutt har vi det systemet hvor produksjonen av samfunnets ressurser foregår i. En kamp på dette nivået vil dreie seg om hvordan produksjonen foregår, hvilken utvikling den har tatt og hvilke mål produksjonen har. Hvis en sosial bevegelse søker å forandre dette systemet vil den kunne kalles antagonistisk. Melucci poengterer for øvrig hvordan ingen bevegelser kun kan være dette (1996: 34-35).

Skal vi tro Melucci kan for øvrig dagens sosiale bevegelser være et symptom på antagonistiske konflikter. Det betyr at de kan beskrives som uttrykk for en konflikt som er rettet mot selve samfunnsproduksjonen: "*An antagonist movement consists of collective conflictual action aimed at the production of society's resources*" (Melucci 1996: 35).

Ut fra rammeanalysen som vi har gjennomført i dette og forrige kapittel, fremstår dette som en relevant grunnleggende orientering hos Adbusters. Kampen går i stor grad utenfor det organisatoriske eller politiske systemet. Forklaringen av denne typen handlinger kan settes i sammenheng med den differensieringen som han mener kjennetegner dagens samfunn, hvor de ulike sfærene har fått økt grad av selvstendighet. Dermed kan grupper som Adbusters oppstå og kritisere samfunnet i kulturelle termer uten særlig grad av instrumentell base (som eksempelvis et fundament i form av klassemobilisering eller en politisk plattform).

Handlingene er primært av symbolsk og språklig art, som vi kan si foregår, ut fra det nivået som her kalles livsverden. Dette i seg selv gjør ikke konflikten til en antagonistisk kamp. Men i vår analyse av konflikten Adbusters utkjemper, er kampen rettet mot måten de kulturelle og symbolske ressursene produseres på, samt hva slags kulturelle og symbolske ressurser som skal produseres, altså det vi her har kalt systemet for produksjon av samfunnets ressurser. Adbusters motsetter seg mange av vår kulturs sentrale persepsjonsmodeller, og ønsker å erstatte de med andre meninger (memer).

Adbusters er plassert innenfor det systemet som Melucci kaller livsverden. Og retter seg i stor grad mot det overordnede systemet, samfunnets produksjonsnivå. Men det blir feil

å bare beskrive gruppen som antagonistisk. Ut fra de meningsrammene som vi har trukket frem som Adbusters, ser vi at de også delvis retter seg mot det politiske systemet, som når de kritiserer hvordan det offentlige rommet blir offer for kommersielle aktørers frie tøyler. Deres mer konkrete/lokale rammenivå (se tabell 2) har trekk som tangerer det som kan kalles ”fordringsbevegelse” og avviker ikke særlig fra nabolagsgrupper og andre ensaksgrupper som ønsker å påvirke de politiske beslutningene om denne tematikken (eks reklameutplassering i Oslo). Men fordi rammene samtidig også består av et generelt/globalt nivå (se tabell 2), som er forsøkt utdypet gjennom tilknytning til masterrammene som vi har utbrodert i dette kapitlet, finner vi det riktig å ikke redusere Adbusters til å falle inn i denne kategorien av kollektive aktører.

Oppsummert kan vi da si at det ikke er en ny konflikt over en ny type ressurs som Adbusters er et uttrykk for. Kultur og mening har alltid vært en viktig del av samfunnsproduksjonen. Men Melucci legger vekt på at denne siden ved produksjonen har blitt viktigere i tråd med at samfunnet har utviklet seg i retning av et informasjonssystem. Det er derfor relevant å inkludere dette forklaringsperspektivet når sosiale bevegelser skal forstås og forklares. Særlig i forhold til grupper som Adbusters, som i stor grad fungerer som ”media” og kjemper om og med symbolske ressurser, ville eksempelvis en valgt politisk forklaringsramme apriori avspist mye av kompleksiteten som ligger i handlingene deres.

Istendenfor å avvise kasusets legitimitet i kraft av manglende politisk arbeid (eks slik Heath og Potter (2005) har gjort) utledet vi med dette perspektivet en forklaring på et strukturelt nivå ved å se på hvilke strukturelle forhold kan utdype en forståelse og forklaring av det sosiale faktumet at en gruppe som Adbusters eksisterer.

## 6.3 Oppsummering

### **Hva har vi funnet ut i dette kapitlet?**

I forrige kapittel startet vi med å dekonstruere Adbusters med utgangspunkt i rammeteori. Dette gjorde oss i stand til å peke på noen sentrale meningsaspekter som konstituerer Adbusters som et kollektivt ”vi”. I dette kapitlet har vi satt disse rammene inn i en større sammenheng ved å introdusere begrepet om masterrammer i tillegg til et mer abstrakt makronivå.

Masterrammene er brukt for å vise hvordan intensjonaliteten hos kasuset kan utbroderes og avdekkes utenfor subjektet selv. Disse gir oss en videre innsikt (både ved å utdype fortolkende forståelser og forklaringer) i henhold til aspektene som omhandlet problem, diagnose og prognose som vi valgte å dekonstruere Adbusters rammer til.

Med utgangspunkt i "antiglobaliseringsrammen" utbroderte vi hvordan diagnosen og problemene delvis kan leses som forankret i denne masterrammen ved at Adbusters er en del av samme protestsyklus.

Ved å knytte Adbusters opp mot "motkulturrammen" fant vi forankringer til problematiseringen av det kulturelle, og hvordan lokaliseringen av makt, og dermed også diagnosen og prognosen, er å finne i språk, ideer, fortellinger og symboler.

Den "økologiske" rammen utgjør også et sentralt element i Adbusters kollektive handlingsrammer. Selv om miljøengasjementet umiddelbart ikke er så lett å få øye på utgjør den en del av den problemsfæren de argumenterer ut fra.

Vi ser da at Adbusters rammer kan sies å være påvirket og virke innenfor disse ulike rammene, uten at gruppens rammer kan reduseres til en av disse, og hvordan de samtidig aktivt knytter disse sammen på nye måter: *"Thus, what gives a collective action frame its novelty is not so much its innovative ideational elements as the manner in which activists articulate or tie them together"* (Snow og Benford 1992: 138).

Til sammen tydeliggjør masterrammene det semantiske i Adbusters rammer (de situasjonsdefinisjonene som virker tilbake på praksisen i gruppen), og fungerer som en mulig forklaringshorisont til hvorfor Adbusters kollektive handlingsrammer har fått den utformingen de har fått. Samtidig utdypes sentrale elementer i Adbusters kritikk av samfunnet i tråd med deres opplevelser av makt, avmakt og urettferdighet.

Det er for øvrig vanskelig å avgjøre om dette er lånt idegods, og om det er heldig å analysere Adbusters rammebroer som strategiske eller om Adbusters innlemmelse i denne protestsyklusen snarere har sin årsak i et felles handlingsrom for sosiale bevegelser med tilhørende filosofiske og ideologiske røtter forut for disse masterrammenes opphav. På denne bakgrunn kan vi si at masterrammen fungerer her minimum som et pedagogisk forsøk på å utbrodere perspektivene omkring skyld, kausalitet og urettferdighet som Adbusters forfekter.

Adbusters rammer ble tilslutt satt i sammenheng med Meluccis strukturelle perspektiv. Et teoretisk perspektiv tar sikte på å forklare en rekke ulike former for kollektive handlinger ut fra samfunnets strukturasjon.

## 7. Kulturjamming som motstandsrepertoar

I forrige kapittel behandlet vi Adbusters kollektive handlingsrammer opp mot begrepet om masterrammer for å belyse hvordan Adbusters delvis springer ut av og kan forstås i sammenheng med disse. I dette kapitlet skal vi gå nærmere inn på hvordan Adbusters kulturjamming kan knyttes opp til Tillys (1978, 1986, 1996) begrep om motstandsrepertoarer.

I tråd med Crossley (2002) kan det for øvrig hevdes at teorien om motstandsrepertoarer kan sies å være for generell ved at begrepet tilhører en hel historisk populasjon. Det er derfor flere aspekter som kan være interessant når vi skal besvare hvorfor kollektive aktører innenfor samme periode og populasjon, velger noen taktikker fremfor andre. En måte å gjøre dette på er, som dette kapitlet legger til grunn, ved å knytte motstandsrepertoaret opp mot rammene vi allerede har utbrodert ganske utførlig. I tillegg vil vi også utvide analysen med et interaksjonistisk perspektiv for å besvare hvorfor Adbusters benytter seg av denne fremgangsmåten.

Kapitlet starter for øvrig med en mer generell beskrivelse av kulturjam.

### 7.1 Kulturjam som motstandsrepertoar

De fremgangsmåtene som den innledende beskrivelsen av Adbusters har tatt for seg kategoriseres gjerne av aktørene i feltet som kulturjamming. Dette motstandsrepertoaret kan synes fjernt fra det vi vanligvis forbinder med aktivisme. Men kulturjammen er ikke Adbusters egen innovasjon, de regnes for øvrig som en sentral aktør både nasjonalt og internasjonalt blant de som benytter seg av denne formen for motstandsrepertoarer. Vi skal derfor trekke frem et generelt bakgrunnsperspektiv for denne empiriske kategorien for å klargjøre hva som gjerne forstås som kulturjamming.

Selve termen kulturjamming hevdes å stamme fra bandet "Negativeland" fra San Francisco som tok det i bruk for første gang i 1984. I platecoveret til albumet "Jamcon" beskriver de kulturjamming som: *"De dyktige omarbeidede reklametavlene [som] (...) får publikum til å bli kritiske til selskapets egentlige strategi"* (Klein 2002: 287).

Det å benytte seg av kulturelle uttrykk som en kritikk av samfunnet er for øvrig ikke noe nytt og tangerer ulike kulturkritiske uttrykksformer blant de tidlige pønkerne, hippibevegelsen, situasjonistene, surrealistene, dadaister, anarkister etc.

Relevante røtter finner vi særlig tilbake til studentopprøret og 68erne. Datidens anarkister og hippier utviklet alternative praksiser, hvor det formulerte budskapet var lite utviklet, men hvor praksisene kan tolkes som ulike former for kulturelt opprør. Som eksempelvis når "The Motherfuckers" fra New York dumpet søppel utenfor Lincolnbygningen som en form for det de kalte geriljateater, eller de mer eskapistiske hippiene som startet egne landsbyer basert på alternative idealer (Epstein 1991: 50).

Naomi Klein setter kulturjammingen inn i en nyere historisk sammenheng. Som et primært nordamerikansk og urbant fenomen som har eksistert lenge i mer spredte former gjennom formspråk som tusjing og modifikasjoner av reklameplakater og grafitti. Allerede på 80-tallet fantes en slik form for kritikk rettet mot selskaper, særlig brukt mot massive reklamekampanjer av varer som røyk og alkohol i bystrøk. Det som Klein i dag mener er kulturjamming består for øvrig av en egen kritikk. Kritikken har gått bort fra å problematisere reklamens stereotypier og falske myter og over til en generell kritikk av negative trender i samfunnet (Klein 2002: 288-97).

Kulturjammen består av mange ulike uttrykksformer og er ikke i seg selv et enhetlig prosjekt med entydig opphav. Fra den norske grenen beskrives motstandsrepertoaret blant annet på følgende måte: "*Kulturjamming dreier seg om å ta kulturen tilbake og fylle den med nytt budskap eller vrenge ideologien som konstruerer budskapet*" (Informant 3). I Norge har Adbusters primært konsentrert seg om logovrenginger, mer direkte utfall mot reklame som er utplassert, mediehoaxer og noe gateteater og andre surrealistiske aksjonsformer (se kapittel 4): "*Formen kan variere mellom surrealisme og sivil ulydighet, men er alltid ikke-voldelig og kommunikativ*" (Dagbladet 02.04.05).

Går vi litt ut over den norske konteksten ser vi at grafitti, performance kunst og datahacking er noen av de praksisene som kan sies å falle inn under denne kategorien. Kulturjammen har også utviklet sin egen mer distinkte terminologi som forsøker å formulere og distansere uttrykksformens særegenhet fra andre kulturelle prosjekter.

"Artivism" beskriver for eksempel det å bruke kunstens estetiske form for å fremme et politisk budskap. Den skiller seg fra politisk kunst ved å kreve å bli tolket som en politisk handling uttrykt med kunstneriske former, og ikke som kunst med politisk innhold. Videre er termen "geriljakommunikasjon" et sentralt begrep som tar for seg: "*unconventional forms of*

*communication and, or intervention in more conventional processes of communication*". Dette er utviklet på mange ulike måter blant annet gjennom det som kalles reklamevrengring eller "subvertisements" og som: *"(...) refers to the practice of making spoofs or parodies of corporate and political advertisements in order to make a statement"*. Dette kan gjennomføres for eksempel ved å forandre bedriftslogoer på reklametavler. Av de mer teatraliske fremgangsmåtene kan vi trekke frem den mer spesifikke varianten kalt "Whirl-Mart". Dette er en aksjonsform som først ble gjennomført i en av de store Wal-Mart butikkene i USA (derav navnet) av gruppen "Breathing Planet Troupe" i 2001. Her dannet gruppen en lang kjede med tomme handlevogner mens de gikk sakte rundt i butikklokalet i flere timer før de løste seg opp uten å ha vekslet et ord. Vi finner også fremgangsmåter som er ment for tv-mediet, såkalt tv-jamming, hvor man kjøper reklametid for å få sendt egenproduserte subvertisements. Internett er også en sentral arena for kulturjamming. Dette kalles gjerne for cyberjamming. Et eksempel på dette er det som kalles for "google-bombing". Dette er en form for jamming hvor man hacker seg inn på søkemotorer slik at resultatene av visse søk sender en til andre sider enn de man søker på ([en.wikipedia.org/wiki/Culture\\_jamming](http://en.wikipedia.org/wiki/Culture_jamming)). Kreativitet med ulike medier kan sies å være et sentralt element i kulturjammingen, hvor de forsøker å trenge gjennom informasjonsstrømmen som mennesker daglig forholder seg til. Innenfor den sosiologiske tradisjonen ligner Adbusters kulturjam på mange måter på Garfinkels "breaching experiments". Hos Garfinkel var dette en metode for å avdekke de sosiale konvensjonene som styrer hverdagslivet ved å aktivt bryte disse (Harste og Mortensen 2001: 209-210). Hos Adbusters er det derimot et politisk-estetisk virkemiddel for å åpne for refleksjon og alternative "memer".

## 7.2 Motstandsrepertoar og rammer

Tilly beskriver forandringer i motstandsrepertoaret som en reaksjon på strukturelle forandringer. Dette er for generaliserende og tar ikke høyde for det konstruktivistiske elementet i den forstand at det eksisterer ulike situasjonsdefinisjoner blant ulike kollektive aktører som kjemper ulike kamper. Det er i denne forbindelsen vi har latt rammene, masterrammene og NSM få mye plass til nå i analysen.

Om dette kan danne et generelt bakteppe kan vi trekke dette videre ved å inkludere hvordan de mer presise begrepene om masterrammer og protestsykluser påvirker motstandsrepertoarene: *“Movements tactics are not solely a function of environmental constraints and adaptations, but are also constrained by anchoring master frames”* (Snow og Benford 1992: 146). I så måte ligger det visse føringer fra de masterrammene som Adbusters tangerer. Derfor har vi i denne oppgaven gitt forholdsvis stor plass til å utbrodere disse. Masterrammene sier mye om gruppens diagnose og prognose som igjen gjør det mulig å gi oss en bedre forståelse av motstandsrepertoarenes utforming.

De masterrammene vi har skrevet Adbusters inn i legger stor vekt på markedsaktørers sterke innflytelse på beslutningsprosessene i samfunnet. Her finner vi en del av argumentasjonen for å forsøke å finne utenompolitiske pressmidler. Samt hvordan de forsøker å utvikle taktikker som kan ramme det de kaller neoliberalisme. For eksempel logovrengingen av store selskapers varemerker kan ut fra et rent idealistisk nivå sies å være en måte å devaluere selskapenes kapitalgrunnlag, som i stor grad er bundet opp i de konseptene som selskapene har skapt omkring seg selv, og på den måten redusere selskapenes verdi og dermed innflytelse. Vi ser også viktigheten av å ta høyde for den globale dimensjonen i utformingen av taktikken, fordi de tradisjonelle politiske aktørene ikke lenger er alene om å sette premissene for de samfunnsforholdene vi lever under, enten fordi problemene faller utenfor det politiske systemet eller fordi det nasjonale nivået ikke lenger alene kan løse alle de nye problemene som internasjonalisering/globalisering gir. Det å rette motstandsrepertoarene mot multinasjonale selskaper er da en måte å forsøke å presse noen av de aktørene som er sentrale i denne prosessen.

Adbusters måte å problematisere dette på hviler også på motkulturrammen som er med på å definere hvordan de ønsker å gå frem i møte med de strukturelle forandringene de beskriver. De legger stor vekt på betydningen av uformelle maktstrukturer. Det vil si måter som eksempelvis de store selskapene klarer å opprettholde sin makt på gjennom ulike former for kulturelle maktstrategier. Her kommer ”meme”-kampen inn og hvordan media, reklame og andre kommersialiserte kulturuttrykk påvirker vår bevissthet, og viktigheten av å sette fokus på hvordan den sosiale og kulturelle reproduksjonen foregår. Den økologiske masterrammen fungerer også som en legitimering av utenompolitiske strategier, fordi det å søke å få innflytelse på systemet i sin konsekvens er med på å reprodusere et system som er en del av problemet.

Logikken eller fornuften i handlingsvalgene bør derfor sees i sammenheng med de rammene de forfekter slik vi har gjort det her, fordi det i utgangspunktet eksisterer en rekke ulike interesser det går an å kjempe om og perspektiver som det kjempes ut fra og som ikke nødvendigvis faller inn under en politisk logikk. Videre betyr dette også at det bør konstrueres, som vi nå har gjort, en sammenheng mellom oppfattelsen av et problem og hvilke strategier som velges for å løse disse.

Det er for øvrig et poeng å gå videre fra denne idealistiske analysen for ikke å redusere handlingene som en konsekvens av de ideene og perspektivene de selv forfekter og som er fremtredende i den protestsyklusen Adbusters er en del av og de masterrammene de er innleiret i. Vi skal derfor ta dette idealistiske perspektivet inn i en mer interaksjonistisk sammenheng.

### 7.3 Det interaksjonistiske perspektivet

McAdam (1983) beskriver hvordan det han kaller for de taktiske bevegelsene kan leses som et sjakkspill, hvor de kollektive aktørenes evne til å finne opp nye taktikker møtes av mottaktikker fra de politiske myndighetene og andre motstandere som nøytraliserer effekten av taktikkene som igjen krever nye taktikker. En måte å se Adbusters kamp på kan da være som en taktisk interaksjon mellom gruppens innovasjon, som en måte å tilegne seg forhandlingsstyrke, og motstanderens evne til adaptasjon som nøytraliserer effekten av disse taktikkene. Men McAdams spillmetafor trenger å utvides til å gjelde for flere målgrupper, samtidig som vi tar med motstandsrepertoarets historiske perspektiv om et allerede konstituert felt som Adbusters aksjonsformer inngår i. Spillet består med andre ord av flere aktører enn kun de tradisjonelle politiske aktørene. Vi skal derfor her forsøke å gi en bedre forståelse og forklaring av bruken av kulturjam ved å knytte praksisen opp til et spill bestående av flere aktører.

Thomas R. Rochons (1988) gir politiske organisasjoner tre grunnleggende mål. Det er nødvendig at de både kan opprettholde sin eksistens, få politisk innflytelse og at de kan lære befolkningen å se subjektet på en ny måte. Oppfyllelsen av disse målene kan sies å være avhengig av i hvilken grad, i dette tilfellet nettverket Adbusters, lykkes i orienteringen mot fire sentrale målgrupper: massemedia, mobiliserbare tilhengere, de som er mobilisert og de politiske myndighetene.



Perspektivet viser noe av vanskeligheten ved å ta i bruk ulike motstandsrepertoarer. Det finnes alltid fordeler og ulemper ved ulike strategier og taktikker, og gjerne samtidig. De kan derfor beskrives som å ta form som dilemmaer skal vi tro Rochon.

For å inkludere feltperspektivet omgjør vi for øvrig her den siste målgruppen, de politiske myndighetene, til å beskrive et politisk felt i bred forstand. Vi skal her ta i bruk Crossleys omformulering av Tillys motstandsrepertoarer som språkspill.<sup>48</sup> I tråd med Tillys teori viderefører Crossley de handlingene som utgjør motstandsrepertoarene som en del av en institusjonalisert sfære, hvor handlinger har fått bestemte meninger og effekter. Et slikt felt sørger for å gi aksjonsformer både dets mening, og samtidig gradere de ulike formene som mer eller mindre legitime. Dette institusjonelle rommet har blitt formet i relasjon mellom ulike sosiale bevegelser, deres samspill og kamp mot hverandre og deres motstandere (politi, myndigheter, rettsstaten, ulike organisasjoner osv): *"Repertoires are shaped by these other institutions (....) But they also play a part in shaping those institutions. Or rather, the institutionalized space for legitimate protest is carved out by way of protest itself"* (Crossley 2001: 129).

Dette analytiske utgangspunktet er for øvrig ikke en beskrivelse av hvordan deltakerne i Adbusters organisasjon faktisk orienterer seg og tenker, men en måte å behandle noen av de utfordringene de står ovenfor og forholder seg aktivt til i et mer analytisk språk, hvor noe trekk blir forsterket.

### 7.3.1 Massemedia

Vi skal her starte med massemedia som den første målgruppen motstandsrepertoarene forholder seg til. Gamson (1989) trekker frem hvor viktig media har blitt for alle sider av kollektive aktørenes virksomhet, både for mobilisering, valg av taktikker og organiseringen.

Det å forholde seg strategisk til media er ikke noe nytt i Norge. Stenøien beskriver hvordan miljøbevegelsen på 80-tallet spesialiserte seg på å lage aksjoner rettet mot mediene. Med tilhørende forenklete budskap som lett kan formidles gjennom media, (Stenøien 2003:

---

<sup>48</sup> Et semantisk pragmatisk poeng: akkurat som hammeren får sin meningsfullhet i snekkerarbeidet uten at det går an å gi en dekkende forklaring på hva hammeren betyr eller hva dens funksjon er. Viser til Wittgensteins (1953) filosofiske nypragmatiske inndeling av språket i ulike spill som ikke lar seg redusere til en logikk/teori. Språkets ulike deler får sin mening i dets bruk i sammenheng med de ulike språkspillene de inngår i (Eriksen 1994: 519-20).

312-14). Denne typen aksjonsrepertoarer er avhengig av mediadekning for å karakteriseres som vellykket.

Det er for øvrig en rekke forhold å ta høyde for i denne sammenheng når ”motstandsrepertoar” skal velges. Å fanges opp av media gjør det mulig å spre budskapet til mange mennesker. Men massemediene har også sitt eget filter i den forstand at det aldri kan bli en nøytral fremstilling. Derfor vil også sympati eller motstand fra ulike medier være avgjørende for hvordan budskapet formidles (Zald 1996: 270). Det kan også sies at medias dekning ofte bare tar for seg det sensasjonelle og nye og utelater det kritiske budskapet som ligger til grunn (Rochon 1988: 102). Rochon påpeker at det ligger et dilemma i denne dynamikken. Protester får lettest medieoppmerksomhet først når de er nye og dramatiske og bryter konvensjoner. Selv små grupper har dermed muligheten til å kunne nå ut til mange, hvis de er innovative nok. Samtidig blir denne typen sensasjonspregede protester ofte behandlet i negative termer, og budskapet uteblir (Rochon 1988: 104).

Det er derfor en dobbelt fallgrube når en skal ta høyde for taktikkvalg med mediene som målgruppe. *”To keep media attention, challengers are tempted to ever more extravagant and dramatic action – regardless of their contribution to challenger`s goals”* (Gamson 1989: 465).

En måte å overkomme problemet med medias deknings som sjeldent innlemmer budskapet til demonstrantene, kan være å integrere det de ønsker å si i handlingen de utfører: *”If the message is embedded in the activity, then a report on the activity makes people think about the issue as well”* (Rochon 1988: 120).

På mange måter kan kulturjamming leses blant annet som en et repertoar som forsøker å innlemme disse motstridende kravene. Ved å innlemme budskapet i formen formidler kulturjammen samtidig det de ønsker å si. I tillegg er den innovativ og kan dermed også oppfylle medias nyhetskrav. Mediehoaxen med gratisbibler er et eksempel på dette. Ved å gi seg ut som reklamebibelprodusenter fikk de mye medieomtale. Samtidig lå budskapet de ønsket å fremme (debatt omkring reklame) i handlingen. På den annen side gav mediehoaxen dem mye negativ publisitet omkring Adbusters virkemidler. Ingen liker å bli lurt, og vinklingen i media når den ble avslørt var nesten utelukkende negativ i beskrivelsen av Adbusters.

En annen måte å overgå dette dilemmaet på er å selv fungere som media, og dermed gå utenom målgruppens krav. Også dette synes å være en relevant karakteristikk av kulturjamming. Vi kan se dette i forhold til utviklingen av den teknologiske dimensjonen

som en sentral faktor i denne sammenheng (Zald 1996: 270). I forhold til et kasus som Adbusters, er det liten tvil om at den teknologiske utvikling har spilt en viktig rolle. Internett har gitt muligheten for koordinering, diskusjon og utveksling av vellykkede ideer. Dermed kan grupper lett komme i kontakt med hverandre, og hente inspirasjon fra steder de i utgangspunktet ikke har noen geografisk eller på andre måter sosial tilknytning til. Digitale apparater gjør det mulig å lage fullgode medieproduksjoner og ulik software som eksempel Photoshop til å lage ”identiske” kopier av logoer. Utviklingen har også gjort at det har oppstått en rekke nye og billige kommunikasjonsformer som gir helt nye ressurser rent kommunikativt for selv små grupper. Dermed trengs det et langt mindre apparat til å selv fungere som media utenfor eller mer direkte i massemediene. Ved å opprette hjemmesider eller lage egne reklamefilmer, som er en måte å selv få innpass i massemediene uten å formidles gjennom deres ordinære journalistiske dekning, kan de nå frem til mange. Det siste er for øvrig ikke blitt gjort av det norske nettverket.

I så måte kan kulturjammen sees på som en måte å forsøke å komme utenom medienes filter, men også en måte å forsøke å kunne aksjonere uavhengig av kravet om nødvendigheten av å bli fanget opp av massemediene. Dermed kan en slik praksis sies å forsøke å unngå kravet om at en aksjon må fanges opp av massemediene for å være vellykket, som hvis den blir fanget opp gjerne dekkes overfladiske og ofte negativt. På den annen side går de dermed også glipp av den effekten denne typen medieoppmerksomhet kan gi.

### **7.3.2 Mobiliserbare tilhengere**

Den neste sentrale målgruppen vi her skal se nærmere på er de Adbusters ønsker å mobilisere. I forholdet til valg av motstandsrepertoaret ligger dilemmaet her i å oppfylle Saul Alinskys pålegg om å gå forbi motstanderens erfaring uten å gå forbi mulige tilhengers erfaring (Alinsky 1971, i Rochon 1988: 105). Dilemmaet kretser omkring hvordan man samtidig kan gjøre noe nytt som går forbi motstanderens erfaring, samtidig som motstandsrepertoaret finner legitimitet og forståelse hos mulige tilhengere. Det er ofte større aksept blant de mobiliserte enn befolkningen for øvrig omkring legitimiteten av et valgt motstandsrepertoar.

De mobiliserbare er en langt viktigere målgruppe for denne typen motstandsrepertoar enn andre former vi tradisjonelt forbinder med aktivisme. Aktive i nettverket legger stor vekt på viktigheten av å treffe mennesker direkte med sine kulturjamminger. Ved å gå utenfor media og isteden inn i hverdagen til folk, på alle mulige arenaer og rom, forsøker de å få i stand refleksjon, diskusjon, undring og nysgjerrighet ved å treffe folk direkte med sine aksjoner. Hverdagsperspektivet er derfor viktig for kulturjammingen ved å forsøke å gjøre andre aktive i det de må dechiffre en kulturjam. I så måte er fremgangsmåten et slags forsøk på å få i stand en dialog ved å aktivisere folk ved å forsøke å konstruere a-ha opplevelser i det rommet man oppholder seg i.

For å skape oppmerksomhet rundt sine symbolske vrengninger og teatraliske innslag i ulike offentlige sammenhenger baserer formen seg mye på humor. For eksempel kyllingstøttet til Bård Tufte Johansen i januar 2002 trekkes frem av Informant 4 som et forbilledlig eksempel på hvordan en vellykket kulturjam kan foregå. Både i forhold til det å få masse oppmerksomhet gjennom humor og samtidig komme med en underliggende kritikk av medienes egen rolle i den aktuelle saken mediene dekket.<sup>49</sup>

Adbusters er opptatt av at formidlingen skal skje på en slik måte at det ikke er kjedelig. Kalle Lasn sier at valget av ”motstandsrepertoar” skyldes et ønske om mer form og mindre tørr språklig intellektualisme. Denne inspirasjonen har han hentet fra dadaismen og situasjonistene (<http://adbusters.no/artikler/lasn.php>), og har også inspirert mange i nettverket.

Kulturjamming er ment å fungere som en handling som får oss til å se forbi det vi pleier å se, om enn bare for et lite øyeblikk, for dermed å kunne justere våre oppfatninger. Overraskelseselementet er derfor et sentralt virkemiddel for å omforme vår persepsjon av verden.<sup>50</sup> Den spontane handlingen står sentralt (Lasn 2000: 102-9). Fra situasjonistene har Lasn lånt begrepet om ”detournement”. Dette er en strategi som tar sikte på å forandre vår oppfattelse av verden gjennom å bryte med de vanlige fortellingene og bildene som utgjør vår bevissthet om omverdenen. Ved å bryte med det konvensjonelle kan man glimtvis se den virkeligheten som befinner seg bak ”the spectacle”, som i denne sammenheng kanskje best kan forstås som den totale negative sosiale konstruksjonen som media, reklamen og

---

<sup>49</sup> Viser til Bård som opptrer i kyllingkostyme og kaklet ”Nå skal alle være snille” i bakgrunnen av et direktesendt nyhetsinnslag på TV 2, hvor utereportereren Elin Sørstahl dekket Thorbjørn Jaglands sammenbrudd. Hendelsen fikk mye oppmerksomhet og kritikk fra medier og Presseforbundet.

---

konsumpsjonen produserer. Et slikt fundament kan tolkes som at det her ligger et ønske om å dyrke frem den renheten som ligger i det spontane, som gjør det mulig å se forbi verden slik den vanligvis blir formidlet. Deri ligger den politiske effekten, motstandsrepertoarets avledning av den sosiale staffasjen som skjuler den urettferdigheten og de uheldige konsekvensene av våre samfunnsforhold som Adbusters vil til livs.

Et viktig poeng for nettverket er for øvrig at dette skal skje uten bruk av vold og lovbrudd. I så måte forsøker de å holde seg innenfor hva som tolereres av det formelle lovverket, og nettverket har blant annet benyttet seg av jurister for å få hjelp i tolkningen av disse skillelinjene. Dette kan også sees på som en måte å holde seg inne med dem de ønsker å mobilisere, da aksjonsformer som er ulovlige ofte også anses som illegitime av denne målgruppen.

Det knytter seg for øvrig noen problemer til å benytte seg av dette motstandsrepertoaret som kan knyttes opp til det dilemmaet vi allerede har skissert. Motstandsrepertoaret henger som vi har vært inne på, nært opp til de meningsrammene Adbusters besitter. Det er alltid vanskelig å oppnå forståelse omkring et perspektiv som ligger utenfor det commonsensiske hvis det ikke på forhånd er etablert en forståelse for hva sammenhengene består i. Eller for å si det på en annen måte: også de postmoderne teoretikerne uttrykker seg i modernistiske termer idet de skriver artikler om sine postmoderne teorier. Problemet med kreative utvidelser av repertoarene er da at de ikke nødvendigvis oppfattes som aktivisme. For eksempel fordi andre og mer etablerte språkspill er tilknyttet praksisen. Dermed står kulturjammen i fare for å oppfattes som hærverk, løgn, kunst, teater, reklame eller bare overses fordi de mobiliserbare ikke kan knytte handlingen til et språkspill som kan sette handlingen inn i den meningsfulle helheten som er tilsiktet.

Et avsluttende poeng i denne sammenhengen er hvordan formidlingen av budskap ikke bare skjer skriftlig. Handlinger kan også leses som tekster for kulturell overtalelse (Jasper 1997), og kan derfor sies å fungere argumentativt i den grad disse kan gjenkjennes hos dem man ønsker å mobilisere enten denne kunnskapen er normativ, diskursiv eller praktisk. Gjenkjennelige måter å aksjonere på fungerer derfor i seg selv som overtalelsesstrategier som inngår i en gruppes argumentasjon. Det å se på motstandsrepertoarer som språkspill får frem viktigheten som ligger i den

---

<sup>50</sup> Lasn bruker The Truman Show fra 1998 som eksempel, hvor det er først når Truman lever helt autentisk at han kan komme ut av den glasskuppelen han lever i.

kunnskapshorisonten, praktisk som teoretisk, som de man ønsker å mobilisere beveger seg innenfor. Uavhengig av saken eller formålet vil dette bidra til å utelukke eller inkludere ulike grupper av samfunnet.

### 7.3.3 De mobiliserte

Motstandsrepertoarer kan ikke nødvendigvis reduseres til en kognitiv eller strategisk logikk: *”Tactics are rarely, if ever, neutral means about which protestors do not care. Tactics represent important routines, emotionally and morally salient in these peoples lives”* (Jasper 1997: 237). For å si det med spillmetaforen kan vi si at aktørene helst foretrekker og liker best å spille de spillene man kan. Valgene er ikke fritatt fra ens ulike former for følelsesmessige og praktiske tilknytninger til disse som kommer forut for den strategiske og taktiske tenkningen.

De mobiliserte, i dette tilfellet adbusterne, har gjerne større tro på taktikkene enn de som ikke deltar (dette sier for øvrig ikke noe om den kausale retningen). Uansett er følelsen av faktisk makt ved å benytte seg av de valgte taktikkene viktig, men i lengden er det nødvendig med konkrete resultater (Rochon 1988: 108).

Kravene fra de mobiliserte, som målgruppe, skal her analyseres langs to sannhetsnivåer<sup>51</sup> som er relevant for valg av motstandsrepertoarer. Vi kan for det første se det opp mot hvor konsistent taktikkene er med det semantiske nivået som vi har tatt for oss i rammeanalysen. Taktikkene vil oppfattes som mer tilfredsstillende i den grad de har en logisk overlapp med rammene.

Videre er det nødvendig med faktiske resultater. Med andre ord at taktikkene oppfattes som tilfredsstillende i den grad det skjer noe (en tilsiktet virkning) som et resultat av at man har valgt en bestemt strategi. Dette hører til et såkalt pragmatisk sannhetsnivå, hvor effekter av det valgte motstandsrepertoaret er nødvendig i lengden for å opprettholde aktiviteten i nettverket. Manglende effekter kan møtes med reformering eller forkasting av bestemte fremgangsmåter. Logovrengingen, som et eksempel, diskuteres stadig for å utformes slik at den kan bli et mer effektivt pressmiddel.

---

<sup>51</sup> I den forstand at ”sannhet” kan behandles langs tre ulike nivåer: pragmatisk (den praktiske bruken), representativt (korrespondanse med virkeligheten) og signifikant (oppdagelsen av skjult mening) (Alvesson og Sköldberg 1994: 36).

En aktiv handling kan derfor ikke alltid reduseres til de to sannhetsnivåene vi har gjort rede for her. Det dilemmaet som Rochon trekker frem, at troen på det valgte motstandsrepertoaret ofte er sterkere innad i gruppen enn utad, kan også gis en litt annen vinkling. Ser vi valget av motstandsrepertoar opp mot kompetansen i gruppen er det også relevant å si at valget kan begrunnes i de ressursene de har samlet i nettverket.

Valg av repertoar blir ofte sett i sammenheng med de ressursene som er tilgjengelige for aktørene (Crossley 2002: 132). Dette gjelder både de kulturelle, sosiale og materielle ressursene (Della Porta og Diani 1999: 183-8). Et slikt perspektiv forutsetter at ikke alle kommer likt rustet inn i ulike sosiale kamper, og videre at det er flere ulike interesser det kan kjempes om. Dette gjør at gruppers bruk av rammer og repertoarer også er avhengig av tilgangen og kjennskapen til disse (Zald 1996). For å si det med en av adbusternes egne ord: *”Fordi det er det jeg kan”* (Informant 1). I mer bourdieuske termer kan dette tolkes i retning av at det i valget av kulturjamming også ligger et forsøk fra nettverkets designere, akademikere, arkitekter, tekstforfattere etc. til å omgjøre sine ulike former for kulturell kapital til politisk kapital.

Adbusters bruker mye ressurser på kulturjamming. Som vi allerede har kommentert tidligere anser de aktive i nettverket i stor grad Adbusters som et metodeprosjekt. I så måte kan motstandsrepertoarene leses som valgt ut fra deres konsistente sammenheng med rammene og de spillene de behersker som arkitektur, akademia, kulturelle tekster, design, media og kommunikasjon. Identiteten og solidariteten i gruppen er sterkt knyttet opp mot praksisen. Et problem er da hvorvidt motstandsrepertoarets sentrale plass overskygger manglende positive resultater og mobilisering utenfor gruppen.

Motstandsrepertoarer er for øvrig også et av de aspektene ved gruppen som det råder størst uenighet om innad. To sentrale motsatte orienteringer innad i gruppen kan kort skisseres til å bestå av en uenighet over motstandsrepertoarenes mål og hvilke midler som kan taes i bruk.

1) Det eksisterer en diskusjon over midlene som kan beskrives i opposisjonen mellom de kontroversielle og de konvensjonelle. Her ligger det en uenighet i hvor langt en kulturjam skal gå i forhold til å bryte ulike grenser og skape oppsikt.

2) Det andre dreier seg om målene for å ta i bruk kulturjamming. Her står det mellom de som ønsker politisk innflytelse på den ene siden mot de som er mer opptatt av formspråket på den andre siden.

Det interessante med diskusjonen vedrørende målene er at den avslører at bruken av kulturjamming ikke alene kan reduseres til en politisk logikk og ønske om flere støttespillere. De som er opptatt av formen i seg selv, anser en positiv effekt ovenfor omgivelsene som en heldig bieffekt. Den andre grupperingen, de mer politisk orienterte, er i større grad opptatt av konkrete resultater som følge av aktivismen. I så måte orienterer aktørene seg delvis mot ulike felt. På den ene siden finner vi de som beveger seg mot det kunstneriske feltet og den tautologien (kunst for kunstens skyld) og de belønnings og sanksjonsmekanismene som konstituerer dette feltet. I den grad utviklingen av formen (kulturjamming) går over til å orientere seg mot kunstfeltet vil også Adbusters opphøre som en kollektiv aktør i politisk forstand (slik vi definerte den som en sosial bevegelse, se avslutning av kapittel 6). På den andre siden har vi de som ønsker politiske virkninger med bruken av kulturjammen. Først og fremst indirekte ved å rette seg mot hverdagslivet til folk for å få i stand en form for refleksjon.

Konflikten innad kan sies å være en utbrodering av den ene siden av dilemmaet Rochon tar opp, når han poengterer viktigheten av troen på motstandsrepertoaret for de mobiliserte, fordi vi ser at den hos Adbusters kan begrunnes i flere ulike orienteringer. Dette har også hatt innvirkninger på de mobiliserte ved at de som først og fremst hadde sin funksjonelle binding til kulturjammingen, i et ønske om å oppnå politisk innflytelse, gradvis har falt fra. De har med andre ord falt fra fordi nettverkets arbeid i liten grad har hatt denne effekten.

#### **7.3.4 Det politiske feltet i bred forstand**

Det siste forholdet som virker inn på motstandsrepertoarene skal ikke beskrives ut fra krav og målgrupper alene, men også ved å se det i sammenheng med det vi har valgt å kalle det politiske feltet i bred forstand.

Evnen til å påvirke tradisjonelle kanaler krever ofte store politiske og økonomiske ressurser. Adbusters selv har liten reell politisk innflytelse. To av de som har vært aktive, Åse Brandvold og Tage Westers, argumenterer for å aksjonere på alternative måter nettopp fordi de ikke blir hørt:



---

*”Når vi i Vreng oppfordret til å åpne reklamemontre for å bytte ut kommersielle budskap med annet innhold, er det ikke hærverk. Det er en mild form for sivil ulydighet. Disse protestene mener vi er nødvendige når mulighetene for å demokratisere det offentlige rom via tradisjonelle kanaler er så små” (Klassekampen 10.06.05).*

Kreative og uortodokse taktikker er viktig for ressursvake grupper, og behandles gjerne i litteraturen om sosiale bevegelser som en måte å tilegne seg forhandlingsstyrke på når man ikke kommer noen vei via de tradisjonelle påvirkningskanalene. Gamson har formulert hvordan det han kaller ”stå på vilje” (”feistiness”) er en effektiv strategi for å skaffe seg innflytelse: *”Feistiness includes the willingness to break rules and use noninstitutionalized means – to use disruption as a strategy of influence”* (Gamson 1989: 459).

Problemet er da hvorvidt, og hvordan, kulturjam og mer tradisjonelle former for sivil ulydighet kan omformes til politisk innflytelse. En måte å se det på er ved å si at de baserer seg på et nedenfra og opp perspektiv, hvor de særlig er opptatt av skolering og å få innflytelse på velgere, og som en konsekvens omskolere velgerne (eller i det minste få til en reaksjon som igjen gir grobunn for refleksjon).

I mangel av politisk kapital og økonomiske ressurser søker de seg utenfor nødvendigheten av politisk innflytelse, som krever relativt store ansamlinger av disse kapitalformene for å lykkes. Særlig er dette tydelig i de sammenhengene hvor de retter kulturjammingen direkte mot selskaper og kjeder som en måte å devaluere selskapenes konseptuelle salgsvarer ved å konstruere nye ”memer” eller avdekke ideologien som konstruerer meningen i en reklamekampanje. Fremgangsmåten krever også lite ressurser og folk og beskrives av dem selv som et virkemiddel for dem som ikke har råd til reklameplass.

Før vi fortsetter analysen skal vi for øvrig referere til en del av den kritikken Adbusters har blitt utsatt for i forbindelse med sin bruk av kulturjamming. Vi skal her dele kritikken opp i fire underpunkter.

1) En side av kritikken står i forbindelse med de som forsvarer de tradisjonelle politiske fremgangsmåtene som eneste løsning. Istedenfor å ta i bruk de virkemidlene som allerede er etablert i vår demokratiske forfatning, som parti – lobbyvirksomhet eller ved å matrikulere personer inn i politiske posisjoner, benytter de seg av estetiske, kunstneriske og kulturelle virkemidler. Tom Keefer mener at de er apolitiske fordi de estetiserer det politiske saksområdet gjennom sin form for aktivisme. Man må involvere seg i de reelle politiske prosessene hvis man skal få til noe ([www.adbusters.no/artikler/art1.htm](http://www.adbusters.no/artikler/art1.htm)).

2) Videre kritiseres motstandsrepertoarene for å ikke være noe annet enn det systemet de opponerer mot. Kritikken kan beskrives som et problem hvor Adbusters kreative innovasjoner av motstandsrepertoarene krysser etablerte skillelinjer for hva som tradisjonelt har blitt antatt å være rent/urent. Carrie McLaren mener at: *"Det som utgis, er ikke noe virkelig alternativ til forbrukerkulturen(...) Det er bare enda en merkevare"*. Hun påpeker hvordan Adbusters bare har blitt reklame for antireklame (Klein 2002:302).

3) Som et tredje aspekt dukker spørsmålet om hvorvidt de valgte motstandsrepertoarene er effektive i betydning av at de kan bidra til økt støtte, forandring eller politisk innflytelse. Tom Keefer mener at det er naivt å tro at folk skal kunne omvendes ved hjelp av kulturjammingen og dermed kunne starte en global revolusjon ([www.adbusters.no/artikler/art1.htm](http://www.adbusters.no/artikler/art1.htm)). I dag med vår massive inntrykksstrøm som kommer fra TV og andre medier er vi allerede for blaserte til å bli "vekket".

Dette kan trekkes videre ved å innlemme de som mener at reklamen allerede er ironisk og kan ironisere over venstresidens symbolske vrengninger.<sup>52</sup> Trond Blindheim mener at ironiseringen også skjer på venstresidens bekostning når de tar i bruk motkulturens egne symboler og fremgangsmåter. Han trekker frem dataspillet "State of Emergency" som et eksempel på: *"hvordan markedet er i stand til å absorbere alle former for politisk protest og symboler i merkevarereklamen"*. Spillet, hvor man spiller steinkastende aktivister, er: *"et uttrykk for den postmoderne nihilistiske anything-goes-logikken, hvor alt betyr like mye og lite (...)"* (Klassekampen 03.10.02). Subvertisements er med andre ord allerede en del av reklamebransjen, hvor også politisk engasjement kan harseleres med og ufarliggjøres.

På den annen side hvis fremgangsmåten kan sies å kunne ha en effekt støter de på enda et problem. I kritikken av Adbusters ligger det også implisitt det Klein kaller å spille på næringslivets egen bane (Klein 2002:302-3). Problemet med å benytte seg av kulturindustriens eget repertoar, er med andre ord at de har valgt en fremgangsmåte hvor andre aktører sitter på langt mer ressurser (jf selskapers kapitalbeholdning).

4) Det fjerde aspektet er en gjentakelse av det vi under rammekritikken refererte til som den elitistiske kritikken. Dette gjelder hvorvidt de fremgangsmåtene Adbusters benytter treffer dem de ønsker å ramme og om den er forståelig for andre enn dem selv. Karl Fredrik Tangen sier seg:

*"(...) enig i Faldbakkens kritikk (....) Venstresidens og kulturelitens hets av kommersiell virksomhet rammer dem som arbeider i virksomheten. Når aksjonister angriper McDonalds, glemmer de at de går til angrep på arbeidsplassen til de minst privilegerte. Han mener venstresiden har glemt sin målgruppe og kun verner om sin kulturelle status"* (www.oslopuls.no/cityguides/nav/print.jhtml?context:culture&id=446665).<sup>53</sup>

Videre problematiseres det elitistiske aspektet om hvorvidt de mobiliserbare kan forstå budskapet som ligger til grunn for handlingen. Magne Lindholm har følgende kommentar til en plakat som har blitt utsatt for kulturjamming: *"Det er dette som kalles subversiv virksomhet, av akademikere som later som om det er samfunnskritikk å skrive på latin. Det finnes bedre begreper. Som frustrasjon og avmakt"* (Klassekampen 10.06.05). Her fremmes spørsmålet om hvorvidt det trengs et distinkt begrepsapparat for å deschiffere kampanjene eller om hvem som helst forstår hva Adbusters ønsker å formidle, og dermed budskapet bak kulturjammen? Med andre ord hvorvidt nedslagsfeltet er begrenset til de som allerede kan forstå "latin" eller om fremgangsmåten også kan mobilisere grupper som ikke allerede er på innsiden.

Det er i denne sammenheng ikke så viktig om kritikken er uttømmende fra aktører som befinner seg utenfor eller innenfor Adbusters. Det interessante er at den eksisterer. Dette kan si oss noe om hvilke motkrefter de aktive i gruppen står ovenfor og forholder seg til. Det er med andre ord konturene av et sosialt felt denne kritikken skisserer. Vi kan si at motstandsrepertoarene er en del av et ressursfelt, med ulike posisjoner, hvor ulike taktikker har større eller mindre legitimitet ovenfor ulike sosiale bevegelser, politikken og mer generelt den befolkningen som potensielt kan mobiliseres.

Valg av kulturjam som motstandsrepertoar kan forstås som et konstruktivt forsøk på å overvinne begrensningene ved allerede eksisterende taktikker. Adbusters prosjekt bærer preg av at de er misfornøyd med de tradisjonelle taktikkene som de har til rådighet. Som vi har sett er den norske gruppen Adbusters i stor grad et prosjekt for metodeutvikling. Drivkraften bak kulturjamming går i stor grad ut på å jobbe med nye former og ny teknologi og forsøke å konstruere noe nytt innenfor sjangeren.

---

<sup>52</sup> I Norge er Soloreklamene et eksempel på reklamekampanjer som benyttet seg av denne strategien lenge før Adbusters etablerte seg i Norge med slagord som "sannsynligvis den eneste drikken som ikke hjelper mot annet enn tørsten" (jf også eks Japp, Sprite, Diesel som har benyttet seg av ulike ironiske og selvironiske innfallsvinkler).

<sup>53</sup> En referanse som viser til debatten som dukket opp i kjølevannet av Mathias Faldbakkens bok "Macht und Rebel" som kom ut i 2002 under pseudonymet Abo Rasul. Boken ble blant annet lest som et utfall mot den nye venstresidens samfunnskritikk og motstandsrepertoarene de har tatt i bruk.

Selvforståelsen hos aktørene i Adbusters legger vekt på problematikken rundt de bestående motstandsrepertoarene, og ønsker seg vekk fra de mer tradisjonelle måtene å bedrive aktivisme på som de mener har fått et ritualistisk preg. Mediekontrakten (allerede behandlet som en av målgruppene) som kjennetegner mye av de etablerte formene å aksjonere på, er avhengig av dekning fra media og samtidig prisgitt medias vinkling av saken. Kulturjammingen kan derfor sies å være, og tolkes av dem selv, som et forsøk på å revitalisere venstresidens aktivisme, som de mener bærer preg av ritualisme fremfor reell aktivisme. Aksjoner rettet mot for eksempel media, mener de delvis har utspilt sin rolle i den grad media og aktivister bare spiller sine allerede forutbestemte roller og deretter går hvert til sitt når kameraene skrus av.

Det å behandle motstandsrepertoar innenfor feltbegrepet gjør at vi kan si at kjente typer motstandsrepertoarer som demonstrasjonstogene, underskriftskampanjene og streiker gir mange fordeler. Blant annet ville de unngå å måtte forsvare fremgangsmåtene sine, i den grad de oppfattes som legitime. Videre vil bruken av de mest etablerte formene for motstandsrepertoarer også gi den fordel at de umiddelbart oppfattes som aktivisme ved at praksisen kan settes i sammenheng med en spillogikk som er kjent for de fleste (jf motstandsrepertoar som språkspill).

Deres aksjonspraksis kan for øvrig også kunne ha noen fordeler. Økt spredning av en bestemt taktikk også gir økt konkurranse mellom bevegelsene, og dermed begrenser muligheten for å få gjennomslag i politikken, få økt støtte eller bli omtalt i media (Olzak og Uhrig 2001: 696). Derfor er det også ønskelig å utvikle sine egne praksiser. Adbusters kulturjamming kan i denne sammenheng sees på som et forsøk på å utvikle sin egen nisje.

Dette synes å være et fremtredende trekk ved motstandsrepertoaret, som kanskje best kan karakteriseres som kreativt, nisje-preget, avantgardistiske eller som en form for ”stå-på-vilje”. Men dette gir dem samtidig en del utfordringer. Innenfor feltet må de jobbe for legitimitet både blant andre bevegelser og grupper, men også mot de mobiliserbare og ovenfor de politiske aktørene. Ovenfor de mobiliserbare er faren at denne målgruppen faller utenfor dersom språkspillet ikke tilhører kunnskapsfeltet hos de gruppene Adbusters ønsker å inkludere. Ovenfor media er det kreative i utgangspunktet et positivt element for å oppfylle kravet som nyhetssak. Mer her ser vi at de har valgt å ikke være avhengig av media, og velger i stedet kanaler som går utenfor motstandsrepertoarer som baserer seg på denne kontrakten.

Det store dilemmaet for Adbusters er da utviklingen av et nytt motstandsrepertoar som ikke trenger mye ressurser som går utenfor politikken og media, og som samtidig gir innflytelse og mobiliseringsevne. I så måte kan deres utradisjonelle fremgangsmåter også sies å være en medvirkende årsak til at de i liten grad har fått motstandere. Clemens (1996) poengterer hvordan det eksisterer en isomorfi mellom politikk og bevegelser. Liten overlapp mellom disse gir mulighet for økt innflytelse for bevegelsen i det politiske feltet. Stor overlapp øker faren for kooptering. Med andre ord, at bevegelsen selv blir en tradisjonell politisk aktør. For liten strukturellhet øker derimot faren for undertrykkelse og manglende mobilisering. For Adbusters synes det i så måte å være det siste punktet som er mest relevant, fordi deres fremgangsmåter ligger langt borte fra den politiske praksis.

Kritikken tyder på at fremgangsmåtene de benytter har mindre legitimitet innenfor feltet for sosiale bevegelser og de legitime motstandsrepertoarene som befinner seg her. De kritiseres både fra andre kollektive aktører ut fra å besitte ineffektive taktikker og fra politiske og aktører i markedet for å benytte seg av illegitime og dels ulovelige fremgangsmåter. Kulturjammen synes ut fra materialet vi her har lagt til grunn, å stå svakt innen politikk og sosiale bevegelser. Den positive effekten med å knytte Adbusters identitet opp mot en nisje innenfor feltet av motstandsrepertoarer, byr derfor også på problemer.

Når konflikten rundt Adbusters i stor grad knytter seg opp mot repertoarene de benytter seg av kan dette sies å skape problemer i forhold til saken. Adbusters blir avfeid i den grad motstanderne anser kulturjammen som et lite effektivt eller illegitimt våpen i kampen mot sine visjoner. Det gjør også at mye av aktiviteten hos Adbusters dreier seg om å utvikle, presentere, forsvare, videreutvikle og diskutere virkemidlene de skal ta i bruk. Dette gjelder også innad i gruppen selv og ovenfor ulike grupper som benytter seg av liknende taktikker. Således låser de mye av ressursene opp i motstandsrepertoaret, og dermed står motstandsrepertoaret i fare for å overskygge det de ønsker å fremme: *"If their tactics become the chief issue a political movement must address, then the movement is put on the defensive and cannot effectively press its substantive concerns"* (Rochon 1988: 110).

Et sentralt trekk ved Adbusters er derfor at de forholder seg til en kritikk på to plan samtidig, både av rammer og motstandsrepertoarer (det første er for øvrig vanlig for kollektive aktører som ønsker å uttrykke problemer og dilemmaer ved samfunnet som ennå ikke har blitt innlemmet her). Kulturjammingen synes derfor å utsette dem for en tosidig legitimeringskamp, hvor de må kjempe både for sine innovative taktikker og samtidig de sosiale problemene de ønsker å oppmerksomhet rundt.

## 7.4 Oppsummering

### Hva har vi funnet?

I dette kapitlet utbroderes en del aspekter omkring handlingsvalget kulturjamming og praksisens konsekvenser parallelt. En av de innledende beveggrunnene for oppgaven var å forsøke å forstå noe av Adbusters grunner for sine handlingsvalg og finne aspekter som kunne gi mulige forklaringer på Adbusters fremgangsmåter. Å avfeie kulturjam som kun et virkemiddel (Elden 2004) er en måte å se bort fra de strategiske og sosiale aspektene som ligger til grunn, samt konsekvensene av ulike valg. Ei heller gjør det oss klokere i forhold til bruken av noen taktikker fremfor andre som alltid innebefatter en eller annen form for valg. Vi har derfor forsøkt å sette kulturjammen inn i et delvis kognitivt, strategisk og sosialt perspektiv.

Det startet med å se på sammenhengen mellom defineringen av makt og sosiale problemer (her: rammer – masterrammer) og motstandsrepertoar.

Vi utvidet så analysen ved å se valg av taktikker som basert på vanskelig avveininger mellom ulike dilemmaer som gruppen står ovenfor i møte med kravene fra de ulike målgruppene. Rochon formulerer hvordan den ideelle strategien kan sies å være ut fra teorien om de motstridende kravene som er knyttet til ulike valg og orienteringer: *"The ideal movement strategy is one that is convincing with respect to political authorities, legitimate with respect to potential supporters, rewarding with respect to those already active in the movement, and novel in the eyes of the mass media"* (Rochon 1988: 109).

Vi delte dette inn i fire med bakgrunn i Rochons inndeling i ulike målgrupper:

1) I forhold til media oppfyller deres kreative fremstøt nyhetsverdi, samtidig ser vi at de bare i liten grad har fått plass i media. Dette kan skyldes blant annet at protestsyklusen de er en del av allerede var på tilbakegang da de startet opp i Norge. Antiglobaliseringskonflikten hadde allerede fått sine aktører. Men det kan også henge sammen med hvordan de selv fokuserer på ulike medier og kommunikasjonsformer utenfor massemediene.

2) Når det gjelder valg av motstandsrepertoar er det også et krav at de skal gå forbi motstanderne erfaring samtidig som de evner å inkludere grupper som ikke allerede er mobilisert. Adbusters kreative fremgangsmåter faller delvis utenfor de språkspillene som

eksisterer. Fordelene er i den grad dette gir dem påvirkningskraft ved å gi folk små a-ha opplevelser i hverdagen. Ulempene er i den grad de ikke oppfattes eller anses som legitime blant de som skal mobiliseres.

3) I den neste målgruppen så vi hvordan motstandsrepertoarene må ta høyde for er kravene fra gruppens egne medlemmer.

4) Ved å se motstandsrepertoarene i et bredere felt gjør at Adbusters også posisjoneres som legitime/illegitime både blant andre sosiale bevegelser og kollektive aktører, men også fra politiske aktører og de mobiliserbare gruppene de sikter seg inn mot. Det å være noe som kan kalles avantgardistiske aktivister synes å gi dem en del problemer og fordeler i forhold til det feltet de posisjonerer seg i, og mot dem de ønsker å mobilisere. Det å benytte seg av ikke tradisjonelle politiske fremgangsmåter er en måte å oppnå innflytelse hvis en i utgangspunktet har problemer med å få innpass i det politiske feltet. Vi ser at Abusters gjør dette ved å forsøke å bevege seg utenfor de tradisjonelle politiske kanalene, men også utenfor de konvensjonelle motstandsrepertoarene som gjerne krever massiv tilslutning for å gis oppmerksomhet. Samtidig åpner bruken av de ukonvensjonelle taktikkene opp for kritikk og avvisning av gruppen uavhengig av sakene som fremmes.

### **Det teoretiske rammeverket og begrensninger ved perspektivet**

Det vi har forsøkt å gjøre her er å utvikle Tillys (1978, 1986, 1996) begrep om motstandsrepertoarer. Dette har vi gjort ved å se motstandsrepertoarene opp mot gruppens rammer. Vi antar at dette kan være en relevant retning å utvikle begrepet i fordi valg av motstandsrepertoar henger sammen med den kunnskapen som gruppen selv besitter. I Abusters tilfelle er det tydelig at meningshorisonten som vi formulerte i rammeanalysen (både kapittel 5 og 6) utdyper måten å se på motstandsrepertoaret på.

Videre knyttet vi motstandsrepertoaret opp mot feltbegrepet som Crossley (2002) har knyttet til begrepet. Ut fra dette kunne vi ta i bruk McAdams (1983) perspektiv på taktikker som et sjakkspill, men i en utvidet forstand, hvor motstandsrepertoarene sees i forhold til et helt felts allerede eksisterende posisjoner og ressurser (og ikke bare to aktører), samtidig som det kan knyttes opp til ulike målgrupper og krav. Et perspektiv vi hentet fra Rochon (1988).

Sammenknytningen av alle disse ulike teoretiske perspektivene gjør at fokuset på motstandsrepertoarer, slik vi opprinnelig hentet det fra Tilly, får et bedre presisjonsnivå og utdyper begrepets kompleksitet i noen konkrete retninger som er relevant for Abusters motstandsrepertoar.

En empirisk begrensning ved dette perspektivet er at denne teoretiske vinklingen ikke behandler de orienteringene hos gruppen hvor kulturjammingen er et mer rendyrket metodeprosjekt ("kulturjamming for kulturjammingens skyld") like godt, og som ikke nødvendigvis er reduserbar til i en strategisk-politisk handling.



## 8. Konklusjon

Vi har nå sett på alle de spørsmålene som innledningskapitlet reiste. Det er derfor på tide å sammenfatte de svarene vi har kommet frem til i de fire analysekapitlene. I del to av konklusjonen ser vi på noen teoretiske implikasjoner for teoriene som vi har benyttet oss av. I del tre avsluttes konklusjonen, hvor det trekkes frem noen linjer for videre forskning på feltet. Vi starter for øvrig med en beskrivelse av oppgavens struktur.

### 8.1 Beskrivelsen av Adbustersnettverket

#### 8.1.1 En sammenfatning av oppgavens struktur

Oppgavens plott<sup>54</sup> kan best sammenfattes ved å si at den konstruerer to fortellinger om Adbusters som delvis går inn i hverandre, og delvis kan leses hver for seg.

Den ene fortellingen er mer beskrivende ved å forsøke å gi en presentasjon av Adbusters som kollektiv aktør. Vi fant ut at de særlig kan sies å være konstituert ved en slags enighet om tre ting: noen felles saker de ønsker å kjempe om, nettverk som organisasjonsmodell og kulturjamming som metode. Disse tre aspektene knyttet vi så opp mot sosiologisk teori om rammer, organisasjoner og motstandsrepertoarer. Dette bunnet ut i en mulighet til å utlede noen mulige forklaringer på Adbusters manglende mobilisering ut fra karakteristikker ved de tre aspektene, hvor de tilhørende teoretiske perspektivene både fungerte som analytiske verktøy til å forsterke visse trekk ved Adbusters og som mulige fortolkningsverktøy for å etablere noen årsaksforklaringer.

Den andre fortellingen er hovedfortellingen. Hvorfor benytter Adbusters seg av kulturjamming?

Innenfor teorier om sosiale bevegelser finnes det lite med teori som alene gir fruktbare måter å nærme oss denne problematikken på. Løsningen ble å knytte sammen ulike

teorier som til sammen kunne tilby et mulig analytisk vokabular å jobbe med det empiriske materialet på. I oppgaven er spørsmålet besvart ved å presentere et lengre resonnement som knytter rammer, motstandsrepertoar, felt, språkspill, målgrupper og NSM sammen.

Utgangspunktet for å analysere bruken av kulturjammingen lå i Tillys (1978, 1986, 1996) begrep om motstandsrepertoar. Perspektivet sier noe om en gitt historisk populasjons begrensede måter å få sin stemme hørt på. Tilly maler med bred pensel og knytter forandringer av disse repertoarene opp til en del store generelle strukturelle forandringer som bunner ut i nasjonalstaten og kapitalismen, slik vi kjenner den i dag.

Men skal vi forstå Adbusters med dette utgangspunktet klarer vi ikke å gi noen god forklaring på hvorfor ulike kollektive aktører benytter seg av ulike repertoarer. I Adbusters tilfelle kulturjamming.

For å svare på dette spørsmålet. Startet vi med å utlede rammene hos Adbusters. Først det vi har kalt de kollektive rammene for å se hvilke problemer, diagnoser og prognoser disse består av. Deretter knyttet vi disse rammene opp mot noen masterrammer. Begrepet sier noe om rammenes tilknytning og ikke minst forankringen, og gir dessuten en utbrodering av logikken som ligger i Adbusters egne rammer. Situasjonsdefinisjonen (de kollektive rammene) hos gruppen har dermed også sin egne ”tatt-for-gittheter”, som vi valgte å belyse ved å trekke ut tre slike masterrammer: antiglobaliseringsrammen, motkulturrammen og den økologiske rammen. Det denne analysestrategien legger vekt på er at aktørenes oppfatning eller persepsjon av problemer er viktig for valget av motstandsrepertoarer, og samtidig at disse persepsjonene finner forankringen i et allerede etablert meningsfelt som de aktive i Adbusters inngår i.

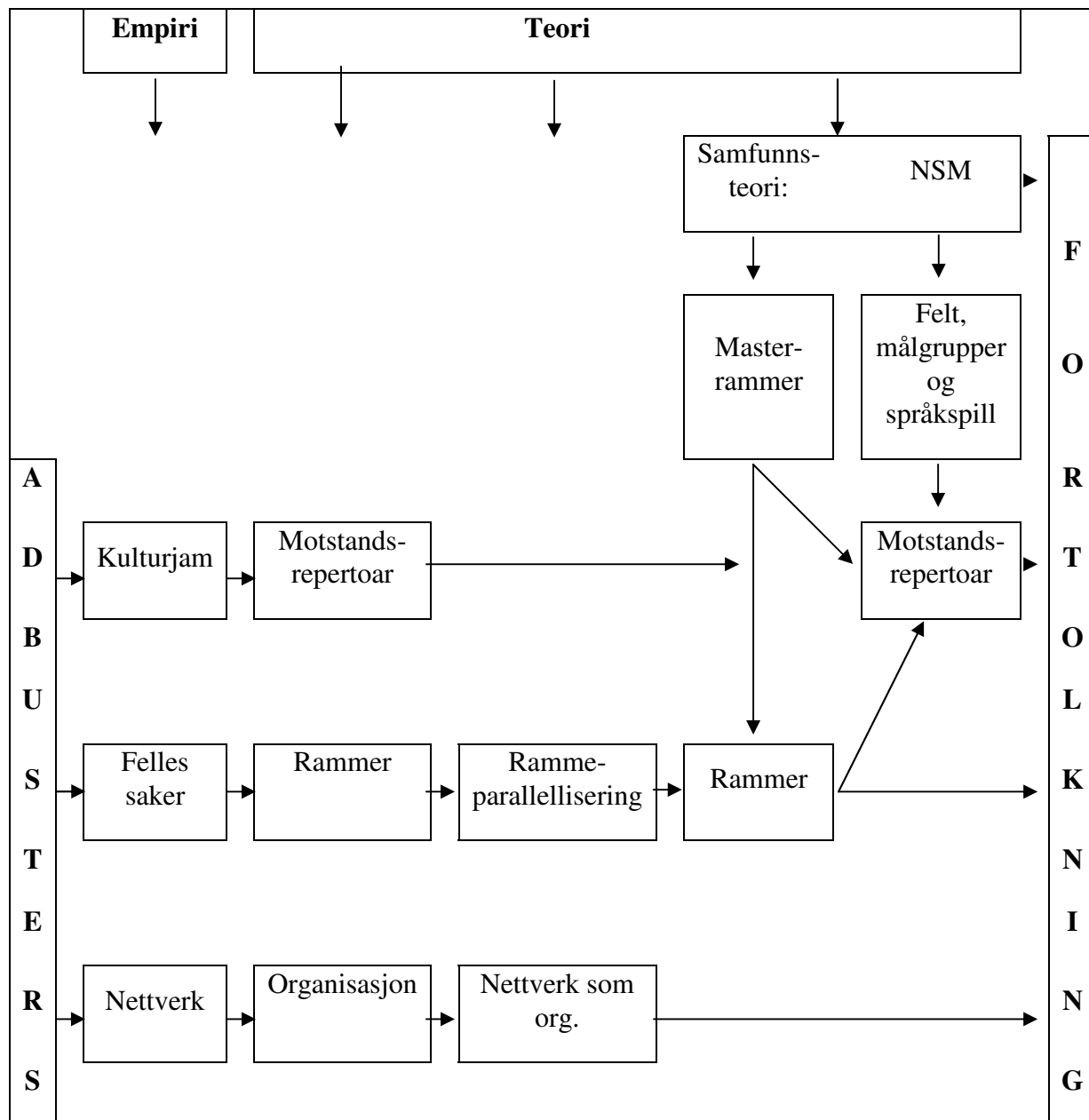
Men kulturjamming som motstandsrepertoar trengte også en mer praktisk og interaksjonistisk teori for å besvare det innledende spørsmålet. Ved å presisere hvordan begrepet kan tilknyttes en feltlogikk med etablerte språkspill, hvor praksisene også kan sees som utformet i samspill og kamp mellom ulike aktører, kunne vi gi enda noen forklaringer på bruken av kulturjamming, og hvordan aspektet også kan fungere som en delårsak til gruppens marginale posisjon.

Tilslutt i denne fortellingen, om enn ikke i selve progresjonen i oppgaven, har vi knyttet Adbusters og kulturjammingen deres til et strukturelt perspektiv. Både for å finne

---

<sup>54</sup> Plott forstått her som: ”(...) en meningsdannende struktur i en fortelling, gjennom plottet skapes det mening, årsaker og motivasjon” (Frønes 2001: 96).

mulighetsstrukturene for Adbusters eksistens (jf NSM perspektivets hvorfor spørsmål), men også for å gi et alternativt perspektiv til mer politiske referanserammer. Dette kan også fremstilles i en mer figurativ form.



Figur 3.: Strukturen i oppgaven

Etter å ha redegjort for plottet er det på tide å gå litt mer konkret inn på de empiriske bildene som vi i løpet av oppgaven har rammet inn i ulike teorier.

### 8.1.2 Adbusters lest som nettverk

I kapittel fire beskrev vi Adbusters som et løst nettverk av aktive, hvor e-postlister fungerer som det viktigste verktøyet for koordinering dem i mellom. Dette er på mange måter det nærmeste vi kommer en form for medlemskap i nettverket. Deltakende demokrati er viktig for nettverket i den forstand at alle skal ha like mye å si. Ved å ikke utnevne ledere og aktivt gå i mot en felles ideologisk politisk plattform og samtidig rotere på roller og posisjoner i nettverket, forsøker de å komme utenom de mer tradisjonelle formene som skaper hierarkier i en organisasjon, og samtidig opprettholde de nødvendige funksjonelle kravene som er nødvendige for å eksistere (etableringen av et system for normer og makt).

Av sammenhenger vi kunne trekke mellom nettverket og begrensninger i mobiliseringsevne, så vi at de går glipp av fordelene med å akkumulere en kunnskapsbase lagt til de ulike rollene og oppgavene som blir utført, som en mer regulert organisering lettere ville ivareta. Meningsheterogenitet som ideal medfører også en del problemer. De blir både utsatt for kritikk fordi de i liten grad har utviklet en ideologisk politisk plattform, samtidig som det er vanskeligere å gå inn i diskusjoner når det ideologiske fundamentet ikke er fastsatt. Når det gjelder innsamlingen av ressurser til nettverket, det være seg i form av samarbeid med andre grupper, penger etc. er dette ressurstilfanget ganske begrenset, og har lite ressurser å legge inn i aksjoner. Den primære kapitalen kan vi si at er personer de aktive tar med seg inn i nettverket i form av den kompetanse disse besitter. Denne består særlig av ulike former for kulturell kapital (akademia, kunst, design, arkitektur). I forlengelsen av dette kan vi også si at den løse strukturen er sårbar på grunn av avhengigheten av alle aktørenes aktivitet. Mangelen på hierarki og struktur gjør at nettverket aldri er noe mer enn summen av de aktives kontinuerlige initiativ (altså aktørbasert, ikke strukturbasert).

### 8.1.3 Adbusters i lys av rammer

Ved hjelp av rammeteorien analytiske inndelinger forsterket vi noen sider ved meningssammenhengene i gruppen. Vi konsentrerte oss om prognosen, diagnosen og problemene de er opptatt av.

Her fant vi to metanarrativer: forbruker-konsumsamfunn og medie-informasjonsamfunn. Av de mer konkrete problemene de tar opp er de opptatt av

demokratiske spørsmål knyttet til det offentlige rom, reklamekritikk og mental helse. Om dette kan sies å være noen av de sentrale problemene og diagnosene, består prognosen av kunnskapsformidling både direkte og indirekte gjennom kulturjamming som et sentralt element hos Adbusters. De ønsker å eksperimentere med kommunisering av alternative memmer direkte hos den populasjonen som de ønsker å påvirke. Konflikten som avdekkes hos Adbusters kan derfor i stor grad sies å bevege seg langs det symbolske og med bruk av symbolske virkemidler.

Med inkluderingen av masterrammer og protestsykluser i kapittel 6 forsøkte vi å finne noen etablerte rammer som kommer utenfra Adbusters selv og som de kan sies å ha tilknytning til og delvis er integrert i.

Den første 1) var den vi har kalt "Antiglobaliseringsrammen". Her finner vi igjen kritikken av neoliberalistisk ideologi, og ønsket om å utfordre markedsaktører uten å gå gjennom politiske kanaler. Denne masterrammen er viktig fordi den kan sies å være sentral i den protestsyklusen som ligger nærmest gruppen i tid, og som på mange måter la grunnen for etableringen av Adbusters i Norge. De er derfor ikke så ulike fra andre grupper som kan sies å tilhøre denne protestsyklusen.

Ved å 2) plassere gruppen innenfor det vi har kalt "Motkulturrammen" kan vi lettere få frem hvordan og hvorfor Adbusters er så opptatt av den kulturelle dimensjonen, og makten som ligger i samfunnets fortellinger, tegn, symboler, og hvordan disse sammenhengene har sine egne maktstrukturer som trengs å utfordres. Gruppens frihetsbegrep ligger nært opp til det Pieterse (1991) kaller postmoderne og poststrukturell frihet, men også frankfurterskolens og situasjonistenes ideer. Innenfor disse perspektivene finner vi frihetskampen uttrykt i dekonstruksjonen av det bestående og ved å åpne for andre og mindre narrativer i kampen mot undertrykkende totaliteter.

Den 3) økologiske masterrammen utgjør også en sentral forankring. Særlig gir denne forankringen mening i sammenheng med de mer gruppespesifikke temaene som Adbusters berører. Kritikken av de falske behovene og de økonomiske aktørenes ønske om økt forbruk for å opprettholde den økonomiske veksten, henger sammen med denne grunnforestillingen om viktigheten av økologisk bevissthet. Her finner vi også mye av det systemkritiske og troen på ikke-parlamentarisk aktivisme som vi finner igjen hos Adbusters.

Måten disse to nivåene (rammer – masterrammer) fungerer sammen på er ved at de utfyller hverandre. På mange måter kan vi lese masterrammene som en måte å trekke frem noen av de tatt-forgitthetene som befinner seg i feltet. Disse er delvis artikulert, men ikke

alltid like lette å avdekke ved å bare konsentrere seg om Adbusters egne gruppespesifikke rammer. Derfor fungerer masterrammene og det komplementære begrepet om protestsykluser som en måte å artikulere en del av de sentrale elementene som inngår i konstruksjonen av de kollektive handlingsrammene. Strategien har også i seg et forklarende element ved å plassere Adbusters som en sosialt forankret aktør innlemmet i et større historisk rom. Forhåpentligvis tydeliggjør denne forskningsstrategien gruppens kritikk av samfunnet i tråd med deres opplevelser av makt, avmakt og urettferdighet.

Adbusters fremstår som en aktør som benytter seg av og kjemper om symbolske ressurser, og kritiserer og problematiserer maktstrukturene ut fra denne dimensjonen. Derfor var det også nødvendig med en makroteori som kunne inkludere dette perspektivet. Mer strategisk-politiske teorier som PPT gir ikke en tilfredsstillende teoretisk modell for å fange opp denne typen sosiale bevegelser. Begrepsapparatet vi endte opp med har vi derfor knyttet opp til makroperspektivet vi finner hos Melucci (1996) (se kapittel 6). Han tilbyr analytiske kategorier for å beskrive sosiale bevegelser også av denne typen som ikke retter seg direkte mot det politiske nivået. Hans modernitetsteori, bestående av begrepene kompleksitet og informasjon, gir også en mulig strukturell teori om forutsetningene for at grupper som Adbusters kan eksistere, og kan handle konfliktuelt og antagonistisk nesten bare symbolsk, uten å måtte gå gjennom eller ut fra det politiske eller organisatoriske nivået først.

Ut fra de teoriene vi har brukt her er det også mulig å trekke noen sammenhenger mellom gruppens mobiliseringskraft og rammene de besitter. Rammeteorien legger vekt på i hvilken grad en gruppe evner å knytte sine gruppespesifikke rammer opp mot mer generelle og etablerte rammer som tilhører den populasjonen de ønsker å mobilisere.

Rammeparallelliseringen som vi fant var av en ganske generell art og knyttet opp mot verdier som demokrati og frihet (se kapittel 5). Videre så vi at kritikken av rammene gjerne går i retning av å karakterisere dem som moraliserende, elitistiske og objektiverende. Dersom rammene også tolkes på liknende måte av flere utenfor nettverket vil det nødvendigvis fungere som en forklaring på rammenes manglende evne til å mobilisere.

Videre kan det også skyldes manglende vellykkede rammeparallelliseringer tilknyttet norske forhold (som sentrale fortellinger, diskurser og norsk symbolikk), og som kan favne bredt. Mange av tekstene de publiserer hentet fra likesinnede og andre Adbustersgrupper i utlandet benyttes uforandret. Omformuleringer til et norsk perspektiv hvor de tilknytter seg mer konkrete saker og sosiale grupper er begrenset i det empiriske materialet.

### 8.1.4 Adbusters og kulturjamming som motstandsrepertoar

I kapittel 7 så vi hvordan valget av motstandsrepertoaret kunne utdypes ved å knytte det opp til et mer kognitivt, sosialt og strategisk perspektiv. I denne forbindelse trakk vi samtidig opp noen mulige sammenhenger mellom manglende mobilisering og kulturjammingen.

Teorien om motstandsrepertoar som vi her har brukt (Tilly 1978, 1986) sier noe om hvor begrenset motstandsrepertoarene er og praksisenes historiske tilknytning. Kulturjammen fant vi ut at hadde røtter til både 68erne, og en rekke ulike grupper som pønkerne, avantgardistene og situasjonistene.

Forankringen til ”motkulturrammen” viser hvordan del av de forestillingene som Adbusters opererer med er knyttet opp til kulturell og symbolsk makt. Kulturjammen er på mange måter en kreativ måte å omforme motkulturelle perspektiver til praksis (å tilpasse prognosen etter diagnosen). Men også diagnosens mer konkrete fiendebilder som vi finner i ”antiglobaliseringsrammen” om ulike kommersielle og økonomiske aktører, kan si noe om valget av motstandsrepertoar og måten disse er utformet på. Ved å knytte praksisen opp mot den kampen Adbusters kjemper og de ressursene de kjemper om er det lettere å forstå valget av kulturjamming som motstandsrepertoar.

Videre lot vi også valget få en mer interaksjonistisk vinkling, hvor kulturjammen også kunne sees som en praksis for å utvikle de aksjonsrepertoarene som er tilgjengelige, og samtidig forbedre det tilgjengelige repertoaret i møte med krav fra ulike målgrupper. Dette knyttet vi så opp til noen av de vanskelighetene de møter, både ovenfor de mobiliserbare, de mobiliserte, media og det politiske feltet i bred forstand.

Adbusters kan i stor grad beskrives som en gruppe som ønsker å utvikle nye måter å aksjonere på. Ved å legge vekt på å være innovative ser at de møter mye kritikk for valg av motstandsrepertoar. Denne er som vi har sett av ulik art, men det er konsekvensene av kritikken og konflikten rundt bruken av kulturjamming som er interessant i denne sammenhengen. En mindre legitim strategi gir dem utfordringer i forhold til å måtte forsvare fremgangsmåten, og i tillegg legge mye vekt på å utvikle denne. Mye ressurser går derfor med på å utvikle motstandsrepertoaret i nye retninger, både på grunn av kulturjammens krav om innovasjon som er en del av dens interne logikk, men også på grunn av den eksterne kritikken kulturjammen blir utsatt for og den tilpassningen (adapsjonen) som motstanderne utvikler.

Den konsekvente bruken av kulturjamming gir dessuten en nisjefordel fordi motstandsrepertoaret ikke er så utbredt. Dermed bidrar dette til oppmerksomhet, og gir dem en egen posisjon fordi kulturjammen skiller dem fra andre kollektive aktører som befinner seg innenfor samme protestsyklus (særlig gjelder dette i norsk sammenheng).

Som vi ser ut av dette kan motstandsrepertoarer sies å selv være noe det kjempes om. I den grad den avantgardistiske karakteriseringen av gruppen sier noe riktig om gruppen gjør det dem til en aktør som er plassert som en dominert gruppe innenfor et dominert område (bestående av ulike sosiale bevegelser) av det politiske feltet.

Konsekvensen kan være mindre fokus omkring saken og mer oppmerksomhet rundt formen, både internt og eksternt. Fordi den i seg selv blir utsatt for motstand. Det valgte motstandsrepertoarer kan også sies å fungere som et argument i seg selv. I den grad praksisen ikke oppfattes positivt eller som en legitim fremgangsmåte vil det kunne føre til at de ønsker å formidle avfeies uavhengig av problematikken de reiser.

Det er også mulig å se kulturjammingen i forhold til etablerte taktikker. Etablerte taktikker kan vi si inngår i en utbredt "før-rasjonell" praksis, hvor handlingene er tilknyttet mer eller mindre umiddelbart til oppfattede meninger og reaksjoner/motreaksjoner. Kulturjammingen som søker det kreative står i fare for ikke å bli oppfattet som aktivisme, fordi det i mindre grad er etablert allment kjente språkspill rundt praksisen. Dermed er det et problem at de trolig går forbi, ikke bare motstanderne, men også dem de ønsker å inkludere (de mobiliserbare).

De velger også delvis å gå utenfor kravet om mediadekning som gjør at de mister den potensielle styrke som ligger i å få oppmerksomhet herfra. I forlengelsen av dette kan praksisen, fordi den ligger langt unna det politiske feltets egne praksiser, også bidra til at politiske aktører overser gruppens politiske engasjement og de sakene som ønskes fremmet.

Oppsummert kan vi si at det valgte motstandsrepertoaret, og ønske om å utvikle disse, utsetter dem for en tosidig legitimeringskamp: både ovenfor problemene de ønsker fokus på for å få løst (noe som er vanlig for de fleste sosiale bevegelser), og en kamp for de praksisene de har utformet i denne forbindelsen. I så måte knytter det seg da et problem til i den grad arbeidet med kulturjammen overskygger de sakene de ønsker å fremme.

Som en avsluttende kontrafaktisk tanke: kan vi tenke oss at Adbusters som kollektiv aktør ville kunne tenke seg å forandre måten de har organisert seg og valgt å aksjonere på, som en strategi for å øke mobiliseringsevnen?



Det trolige svaret er nei nettopp fordi integrasjonen i gruppen, foruten overlapping av en del felles temaer, i så stor grad er bygget opp rundt en felles interesse for å jobbe med kulturjamming innenfor et løst og demokratisk nettverk. Disse sidene ved nettverket kan derfor sies å utgjøre viktige prosjekter i seg selv. En større forandring langs disse to dimensjonene ville samtidig fjernet de vi i denne analysen anser som sentrale integrerende krefter som konstituerer Adbusters som et kollektivt vi.

### 8.1.5 Hva har Adbusters klart?

La oss avrunde beskrivelsen med å trekke frem noen av de positive resultatene av Adbusters arbeid.

Det er nok riktig å si at de har vært med som en bidragsyter for å få i gang en reklamediskurs. Reklame var noe som i liten grad ble diskutert i den perioden Adbusters ble etablert i Norge. I den grad det fantes en kritikk var den begrenset til de mer innholdsmessige sidene ved reklamen, eksempelvis slik vi kjenner den fra feministisk identitetskritikk. Kvantitet eller mengden av reklamen som et problem i seg selv, reklame som uttrykk for ulike former for symbolsk vold og problematiseringen av reklameplakatene som en form avdemokratisering av offentlige rom og diskusjon omkring hvor reklame skal tillates, er noen av ankerpunktene i den kritiske reklamediskursen Adbusters har forsøkt å få inkludert i den offentlige diskusjonen.

Videre er ideen om ”mentalt miljøvern” også et konsept som har fått en utbredelse som går utover nettverkets grenser. I det minste kan vi si at de har lansert et kreativt begrep som forsøker å problematisere hvordan informasjonen som omgir oss også kan ha negative konsekvenser. Tilknytningen til miljøverndiskursen gjør dette til en av de mer retorisk gode språkinnovasjonene som har sitt utspring fra nettverket.

Det er også på sin plass å trekke frem mer konkrete produkter av nettverkets innsats. Adbusters har per dags dato lansert har to prosjekter som har eksistert over lengre tid. Her finner vi både skoleturneen JAM og bladet Vreng. Begge disse er relativt ressurskrevende prosjekter som viser at også et flatt nettverk av frivillige, med minimal selvstendig økonomi, klarer å få større prosjekter opp å gå over lengre perioder.

Tilslutt må vi nevne Adbustersnettverket som en aktør som har vært delaktige i utviklingen av det vi i denne oppgaven har kalt motstandsrepertoarer. De aktive selv

beskriver Adbustersnettverket i stor grad som et metodeprosjekt, hvor ønsket om å bidra til utvikle nye måter å aksjonere på har stått sterkt. Kulturjamming som en form for motstandsrepertoar er på ingen måte bare utøvd av Adbusters. Ei heller er det slik at kulturjamming ikke fantes i Norge før nettverket ble etablert. Ulike former for gatekunst (Street-Art), grafitti og reklameironiseringer har eksistert lenge, men Adbusters har så absolutt vært delaktig i å skape oppmerksomhet rundt formen og utvikle den og tilpasse den til et norsk formspråk. Dessuten har de knyttet både en konkret kritikk og et politisk innhold til denne typen motstandsrepertoarer.

## 8.2 Teoretiske implikasjoner

Foruten den mer deskriptive interessen for kasuset Adbusters har denne oppgaven også hatt et teoretisk formål: å utvikle et teoretisk perspektiv som kan gi en bedre forståelse av kulturjamming som motstandsrepertoar.

Innenfor feltet om sosiale bevegelser faller det vi i denne oppgaven har kalt for motstandsrepertoarer under den mer generelle variabelen som McAdam m.fl (1996) refererte til som ”mobiliseringsstrukturer”. Her finner vi, som nevnt i teorikapitlet, både de organisatoriske, eller i dette tilfellet nettverksressursene, som Adbusters utgår fra og inngår i, men også de ulike praksisformene som benyttes for å gjøre seg hørt. Motstandsrepertoar som begrep, eller ”repertoires of contention”, ble introdusert av Tilly (1978, 1986), og vi har her brukt det for å si noe mer konkret om kulturjammingen. Tilly har lenge vist viktigheten av å forske på dette aspektet ved de sosiale bevegelsene. Hans historisk-sosiologiske analyser legger særlig vekt på hvordan de måtene kollektive aktører velger å aksjonere på, er historisk betinget og at de reelle handlingsalternativene i så måte er ganske begrenset. Ut over dette trekker han interessante sammenhenger mellom ytre strukturelle forandringer og forandringer av motstandsrepertoarene, og fremveksten av det han kaller sosiale bevegelser.

Det teorien hans derimot ikke utbroderer er forklaringer vedrørende hvorfor kollektive aktører innenfor samme historiske populasjon agerer ulikt, og hvorfor en gruppe tar i bruk de praksisene som de gjør. Den andre grunnen er, som nevnt i innledningen, hvordan analyser og beskrivelser av virkemidlene har en tendens til å bli kritisert (eks Heath og Potter 2005) eller at en ser bort fra deres sammenheng med det sosiale spillet (det

---

historiske rommet de inngår i med tilhørende kognitive, strategiske og sosiale muligheter og begrensinger) (eks Elden 2004).

Crossleys (2002) perspektiv gir oss en måte å se nærmere på hvordan motstandsrepertoarer selv er en del av et felt. Sosiale bevegelser settes her inn i et bredere politisk felt. Innenfor dette feltet tildeles motstandsrepertoarene, forstått som språkspill, større eller mindre legitimitet, posisjonert gjennom kamp mellom ulike aktører.

For å gjøre dette empirisk håndterbart har begrepet videre blitt knyttet opp til Rochons (1988) teori om betydningen av målgrupper. Hvordan en kollektiv aktør går frem kan da sees i sammenheng med hvordan de forholder seg til ulike krav fra omgivelsene, her representert ved ulike målgrupper. Valgene har gjerne form som dilemmaer hvor et valg har en tendens til å være positiv og negativ samtidig.

Videre har vi knyttet motstandsrepertoaret opp til gruppens egne rammer. Dette er på mange måter en omgjøring av Tillys realistiske utgangspunkt. Tillys analyser (eks 1978, 1986) bærer preg av å behandle forandringen av motstandsrepertoarene som reaksjoner på ytre omgivelser, hvor motstandsrepertoaret endres fordi de ytre omstendighetene forandres. I denne oppgaven har vi istedenfor lagt vekt på sammenhengen mellom valg av motstandsrepertoarer og gruppens aktive persepsjon og konstruksjon av virkeligheten, og dermed hvordan rammer og motstandsrepertoarer kan sies å henge sammen. I dette ligger en teoretisk antagelse om at persepsjonen av virkeligheten (i denne oppgaven konsentrert rundt Adbusters diagnose, prognose og samfunnsproblemer) også har sine konsekvenser for valg av motstandsrepertoar. Særlig kan dette være oppklarende i forhold til fremgangsmåten hos Adbusters, som velger kulturelle og symbolske strategier istedenfor tradisjonelle politiske virkemidler. I så måte synes det som situasjonsdefinisjonen hos gruppen er en viktig faktor for valg og utformingen av motstandsrepertoarene.

For å få fatt i situasjonsdefinisjonen knyttet vi rammene opp til masterrammer, som vi antar sier noe mer utfyllende om den kunnskapen de besitter. Utvidelsen av analysen ved å inkludere disse to begrepene ble gjort for å gi Adbusters gruppespesifikke rammer både en semantisk utbrodering og samtidig plassere gruppen inn i et større sosialt og historisk rom. Masterrammene gir vi her egenskaper både som begrensninger i kraft av å være etablerte forestillinger som nettverket er innleiret i og som ressurser som de har tatt i bruk ulike elementer av for å konstruere sine egne rammer.

Den mer konvensjonelle bruken av rammeteorien har stort sett blitt brukt for å se på hvordan kollektive aktører konstruerer strategiske bindinger til andre rammer som en del av

en årsaksforklaring til en gruppes grad av suksess. Denne fremgangsmåten har vi også benyttet oss av. Men særlig har oppgaven benyttet rammeanalysen til å få frem meningene i det kunnskapsfeltet som Adbusters er en del av. Til dette fungerer også teorien godt ved å tilby analytisk presise begreper.

I denne oppgaven har vi også valgt å utbrodere det mer empiriske nivået (rammer, motstandsrepertoar) ved å knytte disse opp mot en strukturell teori. Meluccis (1996) modernitetsteori kan på mange måter gi Adbusters egne rammer enda noen relevante sammenhenger ved å trekke frem noen sentrale makrotendenser som kan sies å kjennetegne det vestlige samfunnet. På mange måter antas dette å være et nødvendig nivå for å få tak i denne typen ikke-politiske politiske grupper.

Oppsummert kan vi si at det nyskapende i det teoretiske perspektivet først og fremst ligger i bruken og sammenknytningen av ulike allerede etablerte perspektiver innenfor teorier om sosiale bevegelser.

## 8.3 Hvor går veien videre?

Denne oppgaven har forsøkt å beskrive Adbusters i Norge med utgangspunkt i noen aspekter som vi antar er sentrale for gruppen. Avslutningsvis kan det være nyttig å se om det kan være interessant å arbeide videre med utgangspunkt i den forskningen som er lagt frem i denne oppgaven.

Mye av arbeidet med å konstruere oppgaven gikk med på å finne mulige innfallsvinkler til kasuset. Som vi har sett, endte vi her opp med å konsentrere oss om et meningsperspektiv (rammer) og mobiliseringsstrukturer (nettverk og kulturjamming). For videre forskning kan en komparativ forskningsstrategi (eks Ragin 1994: 105-130) tenkes å være en relevant vei videre.<sup>55</sup> En slik analyse kan ta utgangspunkt i de variablene som vi fant fruktbare i denne oppgaven i beskrivelsen av den norske gruppen, og hvordan likheter og ulikheter mellom variabler som rammer, organisasjon og motstandsrepertoar kan settes i sammenheng med eksempelvis gruppens mobiliseringsevne og relative suksess.

---

<sup>55</sup> Innenfor det sosiologiske feltet om sosiale bevegelser vektlegges også den komparative forskningsstrategien som en fruktbar måte å videreutvikle feltets teori på (eks McAdam m.fl 1996)

---

Ser vi på den canadiske modergruppen Adbusters har denne en helt annen organisasjonsmodell enn den i Norge. Den er langt mer hierarkisk og med en mer enhetlig ideologi, hvor Kalle Lasn sitter som leder og hovedideolog på toppen. Gruppen besitter også langt mer ressurser, noe som gjør at de både kan kjøpe reklametid og utvikle ressurskrevende prosjekter som "Blackspot"-skoene. Et skoprosjektet hvor hovedmålet er å utvikle en demokratisk kapitalistisk selskapsmodell, hvor både rettferdig handel og økologiske hensyn er forsøkt ivarettatt.

I denne forbindelse vil det sannsynligvis være relevant å lete komparativt langs de ulike aspektene som denne oppgaven har trukket frem og gitt noen teoretiske forklaringsrammer på. Disse kan en så knytte opp mot ulike nasjonale kontekster og se hvordan de nasjonale gruppene skiller seg eller tangerer hverandre i samspillet med de nasjonale kulturelle narrative og diskursene. Videre vil man også kunne sette disse variablene opp mot de "politiske mulighetsstrukturene" for å se hvordan de politiske forholdene i landet (åpent/lukket, eliter med/mot etc.) påvirker utformingen av Adbustersgrupper i ulike land, eller hvordan de mobiliseringsstrukturene de utgår fra og ressursene de samler i organisasjonen, påvirker en utvalgt Adbustersgruppe, eller hvordan de tar i bruk kulturjammingen.

Tilslutt tydeliggjør vektleggingen av begrepet om motstandsrepertoarer forhåpentligvis viktigheten av denne siden ved en gruppe. Dette gjelder for eksempel hvordan de valgte aksjonsformene i seg selv fungerer som argumenter, hvordan en begrenses av de eksisterende tilgjengelige motstandsrepertoarene, hvordan ulike aksjonsformer i seg selv inngår i et sosialt rom med ulike hierarkier for effektivitet og legitimitet, hvordan motstandsrepertoarene kan leses som kulturelle tekster som inngår i språkspill som gir dem bestemte meninger, effekter og mothandlinger.

Handlingsformen eller praksisene en kollektiv aktør benytter seg av, bør derfor være et aspekt som det kan være fruktbart å forske mer på. Det kan tenkes brukt på en rekke ulike organisasjoner, grupper og bevegelser. Fra de mer ekstreme IRA, Hizbollah og Baader-Meinhof i den ene ytterkanten, til Changemaker, Greenpeace og Reclaim The Streets på den andre siden.

## Kildeliste

- Album, Dag (1996), *Nære fremmede. Pasient kulturen i sykehus*. Otta: Tano
- Alvesson, Mats & Kaj Sköldberg (1994), *Tolkning och reflektion: vitenskapsfilosofi og kvalitativ metod*. Lund: Studentlitteratur
- Andersen, Heine (2000), "Samfundsteori, moral og det civile samfund". I Andersen, Heine & Lars Bo Kaspersen (red.) *Klassisk og moderne samfundsteori*. 2.utg. (479-496) København: Hans Reitzels Forlag
- Berger, Peter L. & Hansfried Kellner (1982), *Nytolkning af Sociologien: et essay om metode og engagement*. København: Lindhardt og Ringhof
- Bourdieu, Pierre (1990), *The Logic of Practice*. Oxford: Polity Press
- Bourdieu, Pierre (1996), *Symbolisk makt*. Oslo: Pax Forlag A/S
- Bourdieu, Pierre og Loic J. D. Waquant (1995), *Den kritiske ettertanke: grunnlag for samfunnsanalyse*. Oslo: Det Norske Samlaget
- Burawoy, Michael (1998), "The Extended Case Method". *Sociological Theory*, 1: 4-33
- Burr, Vivien (2003), *Social Constructionism*. 2. ed. East Sussex: Routledge
- Clemens, Elisabeth S. (1996), "Organizational form as a frame". I Doug, McAdam, John D., McCarthy, Major N., Zald (eds.) *Comparative perspectives on social movements*. (206 - 226) Cambridge: University Press
- Collins, Randall (1994), *Four Sociological Traditions*. New York: Oxford University Press
- Corbin, Juliet & Anselm L. Strauss (1990), "Grounded Theory Research: Procedures, Canons and Evaluative Criteria". *Zeitschrift für Soziologie*, 6: 418-427
- Crossley, Nick (2002), *Making sense of social movements*. Buckingham: Open University Press
- Dammann, Erik (1979), *Revolusjon i velstandssamfunnet*. Oslo: Gyldendal Norsk Forlag
- Della Porta, Donatella & Hanspeter Kriesi (1999) "Social Movements in a Globalizing World: an Introduction". I Della Porta, Donatella, Hanspeter Kriesi & Dieter Rucht (eds.) *Social Movements in a Globalizing World*. (3-22) Houndsmills: Macmillan Press Ltd

- 
- Della Porta, Donatella & Marion Diani (1999), *Social Movements. An Introduction*. Oxford: Blackwell
- Douglas, Mary (1990), "Symbolic pollution". I Alexander, Jeffrey C. & Steven Seidman (eds.) *Culture and Society*. (155-159) Cambridge: Cambridge University Press
- Eco, Umberto (2002), *Kunsten å skrive en akademisk oppgave. Hovedoppgave og masteroppgave*. Oslo: Idem forlag
- Elden, Eva Veronica (2004), *Adbusters: kulturjamming i informasjonsalderen*. Universitetet i Oslo: Instituttet for sosiologi og samfunnsgeografi
- Enebakk, Vidar (2002), "Kontroverser om kunnskapssosiologi". *Agora*, 1-2: 165-204
- Epstein, Barbara (1990), *Political Protest and Cultural Revolution: Nonviolent Direct Action in the 1970s and 1980s*. Berkely: University of California Press
- Eriksen, Trond Berg (1994), *Undringens labyrinter*. (513-522) Oslo: Universitetsforlaget
- Eriksen, Trond Berg (2002), "Jean Baudrillard". I Eriksen, Trond Berg (red.) *Vestens store tenkere*. (515-525) Oslo: De norske bokklubbene
- Eyerman, Ron & Andrew Jamison (1991), *Social Movements: A Cognitive Approach*. University Park: Pennsylvania University Press
- Fog, Jette (2001), *Med samtalen som udgangspunkt*. Viborg: Akademisk Forlag
- Foucault, Michel (1972), *Vetandets arkeologi*. Staffanstorps: Bo Cavefors Bokförlag
- Foucault, Michel (1995), "Kap. 6: Seksualitetsanordningen". I Schaanning, Espen (red.) *Seksualitetens historie*. (87-146) Halden: Exil forlag
- Frønes, Ivar (2001), *Handling, kultur og mening*. Bergen: Fagbokforlaget
- Furre, Berge (1991), *Vårt hundreår. Norsk historie 1905-1990*. Oslo: Det Norske Samlaget
- Gamson, William A. (1989), "Reflections on The Strategy of Social Protest". *Sociological Forum*, 4: 455-467
- Gamson, William A., David Croteau, William Hoynes, Theodore Sasson (1992), "Media Images and The Social Construction of Reality". *Annual Review of Sociology*, 18: 373-393
- Gerhards, Jürgen & Dieter Rucht (1992), "Mesomobilization: Organizing and Framing in Two Protest Campaigns in West Germany". *The American Journal of Sociology*, 3: 555-596
- Giddens, Anthony (1984), *The Constitution of Society: Outline of the Theory of Structuration*. Cambridge: Polity Press

- Glaser, Barney G. & Anselm L. Strauss (1967), "Ch. 1: The Discovery of Grounded Theory" & "Ch. 2: Generating Theory". *The Discovery of Grounded Theory. Strategies for Qualitative Research*. (1-18, 21-43) Chicago: Aldine
- Goffman, Erving (1961), *Encounters. Two Studies in the Sociology of Interaction*. (85-152) Indianapolis, N.Y.: Bobbs Merrill
- Goffman, Erving (1974), *Vårt rollespill til daglig. En studie i hverdagslivets dramatikk*. Oslo: Dreyers Forlag
- Habermas, Jürgen (1989), *The Theory of Communicative Action. Volume 2*. (382-396) Cambridge: Polity Press
- Hardt, Michael & Antonio Hardt (2004), "Imperiet" & "Mengden". *Agora*, 4: 7-27, 28-63
- Harste, Gorm & Nils Mortensen (2001). "Sociale samhandlingsteorier". I Andersen, Heine & Lars Bo Kaspersen (red.) *Klassisk og moderne samfundsteori*. 2.utg. (195-218) København: Hans Reitzels Forlag
- Heath, Joseph & Andrew Potter (2005), *The Rebel Sell*. West Sussex: Capstone Publishing Limited
- Hertz, Noreena (2002), *The Silent Takeover. Global Capitalism and the Death of Democracy*. London: Arrow Books
- Hobsbawn, Eric (1997), *Ekstremismens tidsalder. Det 20. århundres historie*. Oslo: Gyldendal
- Horkheimer, Max og Theodor W. Adorno (1972), *Kulturindustrien*. Oslo: J.W. Cappelens Forlag A/S
- Jasper, James M. (1997), *The Art of Moral Protest*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Jaswin; James M. Jasper & Jeff Goodwin (1999), "Trouble in Paradigms". *Sociological Forum*, 1: 107-125
- Kalleberg, Ragnvald (1996), "Forskningsopplegget og samfunnsforskningens dobbeltdialog". I Holter, Harriet & Ragnvald Kalleberg (red.) *Kvalitative metoder i samfunnsforskning*. (26-72) Oslo: Universitetsforlaget
- Kjeldstadli, Knut (1999), *Fortida er ikke hva den engang var*. Oslo: Universitetsforlaget
- Klein, Naomi (2002), *No Logo*. 2. utg. Trondheim: Forlaget Oktober AS
- Lasn, Kalle (2000), *Culture Jam: how to reverse America`s suicidal consumer binge – and why we must*. New York: Quill



- 
- Marcuse, Herbert (1972), *One Dimensional Man*. London: Abacus
- McAdam, Doug (1983), "Tactical Innovation and the Pace of Insurgency". *American Sociological Review*, 6: 735-754
- McAdam, Doug (1996), "Clarifying the concept of political opportunities". I Doug, McAdam, John D., McCarthy, Major N., Zald (eds.) *Comparative perspectives on social movements*. (25-37) Cambridge: University Press
- McAdam, Doug og Ronnelle Paulsen (1993), "Specifying the Relationship Between Social Ties and Activism". *The American Journal of Sociology*, 3: 640-667
- McAdam, Doug, John D. McCarthy, Major N. Zald (eds.) (1996), *Comparative perspectives on social movements*. Cambridge: University Press.
- McCarthy, John D. (1996), "Mobilizing structures: constraints and opportunities in adopting, adapting and inventing". I Doug, McAdam, John D., McCarthy, Major N., Zald (eds.) *Comparative perspectives on social movements*. (141-150) Cambridge: University Press
- Melucci, Alberto (1989), *Nomads of the present*. Philadelphia: Temple University Press
- Melucci, Alberto (1996), *Challenging codes*. Cambridge: University Press
- Merton, Robert K. (1968), *Social Theory and Social Structure*. New York: The Free Press
- Miller, Jonathan (1971), *McLuhan*. London: Fontana/Collins
- Morgan, Gareth (1988), *Organisasjonsbilder*. Oslo: Universitetsforlaget
- Nilsen, Rune Åkvik (2003), "De seiglivede klassikerne". *Sosiologisk årbok*, 1: 27-56
- Næss, Arne (1999), *Økologi, samfunn og livsstil*. 5. utg. Oslo: Bokklubben Dagens Bøker
- Olzak, Susan og Noha S. C. Uhrig (2001), "The Ecology of Tactical Overlap". *American Sociological Review*, 5: 694-717
- Pieterse, Jan Nederveen (1992), "Emancipations, Modern and Postmodern". I Pieterse, Jan Nederveen (eds.) *Emacipations, Modern and Postmodern*. London: Sage Publications
- Postman, Neil (1992), *Teknopolis*. Oslo: Gyldendal Norsk Forlag
- Postman, Neil (2004), *Vi morer oss til døde*. Oslo: De norske bokklubbene
- Ragin, Charles C. (1994), *Constructing Social Research*. California: Pine Forge Press

- 
- Ricoeur, Paul (1992), "Förklara och förstå. Text-handling-historia". I Kemp, Peter & Bengt Kristensson (red.) *Från Text til Handling: En antologi om hermeneutik*. (67-98) Stockholm: Brutus Östlings bokförlag Symposion
- Rochon, Thomas R. (1988), *Mobilizing for Peace*. New Jersey: Princeton University Press
- Rosenlund, Lennart (2001), "On the social conditions of producing a thesis". *Sociologisk årbok*, 2: 5-26
- Sandberg, Sveinung (2003), *The success of ATTAC in Norway*. Universitetet i Oslo: Institutt for sosiologi og samfunnsgeografi
- Santos, Boaventura de Sousa (2002), "The Processes of Globalization". URL: [www.eurozine.com](http://www.eurozine.com)
- Schütz, Alfred (1964), "The Problem of Rationality in the Social World". I Brodersen, Arvid (red.) *Collected Papers: Studies in social Theory*. (64-88) The Hauge: Nijhoff
- Seljestad, Lars Ove (2005), "I begynnelsen var fortellinga: Tankar om kunnskap, sosiologi og klassereiser". *Sociologisk årbok*, 2: 71-88
- Silverman, David (2001), *Interpreting Qualitative Data. Methods for Analysing Talk, Text and Interaction*. 2.ed. London: Sage Publications
- Skjervheim, Hans (1963), "Deltakar og tilskodar". *Deltakar og tilskodar. Stensilserie*. (204-215) Universitetet i Oslo: Instituttet for sosiologi
- Skjervheim, Hans (1973), *Ideologianalyse, dialektikk, sosiologi*. Oslo: Pax Forlag A/S
- Slagstad, Rune (2001), *De nasjonale strateger*. Oslo: Pax Forlag A/S
- Smith, Dorothy (1989), "Ch. 2: Sociological Theory". I Wallace, Ruth A. (eds.) *Feminism and Sociological Theory*. (34-64) London: Sage Publications Ltd.
- Smith, Dorothy (1990), *The Conceptual Practices of Power. A Feminist Sociology of Knowledge*. (11-28) Boston: Northeastern University Press
- Smith, Jackie (2002), "Globalizing Resistance: The Battle of Seattle and the Future of Social Movements". I Jackie Smith & Hank Johnston (eds.) *Globalization and Resistance: Dimensions of Social Movements*. (207-227) Lanham, MD: Rowman & Littlefield
- Snow, A. David & Robert D. Benford (1992), "Master Frames and Cycles of Protest". I Aldon D., Morris & Carol McClurg Mueller (eds.) *Frontiers in Social Movement Theory*. (133-155) London: Yale University Press
- Snow, David A., E. Burke Rochford Jr., Steven K. Worden, Robert D. Benford (1986), "Frame alignment processes, micromobilization, and movement participation". *American Sociological Review*, 4: 464-481

- 
- Steinberg, Marc W. (1998), "Tilting the frame: Considerations on collective action framing from a discursive turn". *Theory and Society*, 6: 845-872
- Steinberg, Marc W. (1999), "The Talk and Back Talk of Collective Action: A Dialogic Analysis of Repertoires of Discourse among Nineteenth-Century English Cotton Spinners". *The American Journal of Sociology*, 3: 736-780
- Stenøien, Jorun M. (2003), *Den aktive medborger: nye sosiale bevegelser som møteplasser for kunnskap og demokrati*. Trondheim: ISS, NTNU
- Stokke, Kristian (1999), *Politisk geografi*. (112-137) Oslo: Tano Aschehoug
- Tarrow, Sidney (1992), "Mentalities, Political Cultures, and Collective Action Frames: Constructing Meanings through Action". I Aldon D., Morris og Carol McClurg Mueller (eds.) *Frontiers in Social Movement Theory*. (174-202) London: Yale University Press
- Tarrow, Sidney (1999), "Paradigm Warriors: Regress and Progress in the Study of Contentious Politics". *Sociological Forum*, 1: 71-77
- Tilly, Charles (1978), *From mobilization to Revolution*. The University of Michigan: McGraw-Hill Publishing Company
- Tilly, Charles (1986), *The Contentious French*. Cambridge: Harvard University Press
- Tilly, Charles (1996), "Invisible Elbow". *Sociological Forum*, 4: 589-601
- Tilly, Charles (1999), "Wise Quacks". *Sociological Forum*, 1: 55-61
- Twaites, Tony, Lloyd Davis & Warwick Mules (2002), *Introducing cultural and media studies. A semiotic approach*. New York: Palgrave Publishers Ltd
- Widerberg, Karin (2001), *Historien om et kvalitativt forskningsprosjekt*. Oslo: Universitetsforlaget
- Young, Michael P. (2002), "Confessional Protest: The Religious Birth of U.S. National Social Movements". *American Sociological Review*, 5: 660-688
- Zald, Mayer N. (1996), "Culture, Ideology, and Strategic Framing". I Doug, McAdam, John D., McCarthy, Major N., Zald (eds.) *Comparative perspectives on social movements*. (262- 274) Cambridge: University Press

**Aviser og tidsskrifter**

Vårt Land 22.04.99: "Klarer du 168 timer helt uten å se på tv?"

Klassekampen 03.10.02: "Just Do It"

Bergens Tidende 14.09.03: "Den store bibelbløffen"

Adresseavisen 28.11.03: "24 timer uten å kjøpe noe som helst. Greier de å gjennomføre Kjøpefri dag?"

Adresseavisen 29.11.03: "Ta deg en kjøpefri dag!"

Vreng 2004, 1

Samtiden 2004, 1: "Okkupasjonen av Oslo"

Klassekampen 19.02.04: "Holdeplassens mysterium"

Klassekampen 04.03.04: "Føre-var for reklame"

Dagsavisen 10.04.04: "Globalisering for nybegynnere"

Le Monde *diplomatique* 05.04: "Antireklame selger"

Klassekampen 15.05.04: "Du er herved observert"

Klassekampen 08.06.04: "Mental miljøbevegelse"

Dagbladet 11.06.04: "Vrengt budskap"

Dagbladet 23.06.04: "Måtte sensurere magasin"

Dagbladet 02.04.05: "Adbusters turnerer med Riksutstillinger"

Aftenposten 11.04.05: "Aksjoner i skoletiden. Rektor vil ha samfunnsbevisste elever"

Dagbladet 12.04.05: "Adbusters"

Klassekampen 22.04.05: "Virkelighet minus tv"

Dagsavisen 24.04.05: "Håndbok i hærverk?"

Klassekampen 10.06.05: "FUCK LAW"

Klassekampen 26.08.05: "Tenk om David Beckham hadde tusja på skoene sine?"

Vreng 2006, 1

**Webadresser**

URL: <http://www.adbusters.no/nyhetsarkiv.htm>

URL: <http://www.adbusters.no/kampanjer/verdensbanking.htm>

URL: <http://www.adbusters.no/artikler/art4.htm>

URL: <http://www.adbusters.no/kampanjer/htm>

URL: <http://www.adbusters.no/kampanjer/tv-turnoff.htm>

URL: [http://www.adbusters.no/vb\\_avisa.html](http://www.adbusters.no/vb_avisa.html)

URL: [http://en.wikipedia.org/wiki/Culture\\_jamming](http://en.wikipedia.org/wiki/Culture_jamming)

URL: <http://www.adbusters.no/artikler/lasn.php>

URL: <http://www.adbusters.no/artikler/art1.htm>

URL: <http://www.oslopuls.no/cityguides/nav/print.jhtml?context:culture&id=446665>

**Alle kilder som er brukt i denne oppgaven er oppgitt.**

**Antall ord i oppgaven: 38719**



